Profits





Federal Business Development Bank Banque fédérale de développement AUTUMN 1985 VOL. 5, No. 2

BACKING INDEPENDENT BUSINESS

Information: Your Key to Success

Small Business Week '85 October 20-26

Information: Your Key to Success" is the theme for this year's Small Business Week, held across Canada from October 20 to October 26. The sponsors of this event, the Federal Business Development Bank (FBDB) and the Canadian Chamber of Commerce will emphasize the increasing role information plays in today's society and its importance for small and medium-sized business owners and operators.

Small Business Week 1985 should top last year's success according to organizers who managed to attract 135,000 participants coast to coast in 1984. To meet their objective, they have planned a series of special activities including business fairs, information sessions, special conferences, open houses, workshops and exhibitions.

Activities held during Small Business Week in cooperation with local chambers of commerce and boards of trade are designed to pay tribute to small business operators and to provide a forum to recognize their vital role in today's economy. They also constitute a source of information on the many services available to business people. Small Business Week is to be proclaimed by mayors in some 400 communities. Over 800 activities are planned this year.

Free Workshops

Three special small business workshops will be offered, free, at many locations by FBDB personnel. These workshops will cover the following topics: «Information: how to get it and how to use it as a management tool," «Financing: where to find it," and «Assessing your management skills and how to improve them." In larger centers, as many as 16 different hour-long workshops will be offered, again without charge.

Among major attractions will be some 35 business information fairs featuring exhibits by federal and provincial government departments and agencies, and private sector organizations. Business fairs provide participants with a unique opportunity to meet these important contacts. Information sessions will also be offered to outline the variety of government assistance programs available to Canadian businesses.

Special Women's Conferences

In recognition of the increasingly important role played by women in the business world, special women's conferences will be held in three major centres of the country: St. John, N.B., Saskatoon and Calgary. These conferences will address topics of concern to women entrepreneurs and to women in the professions.

Other features of the week will include displays of FBDB's upcoming AIM (Automated Information for Management) computer network which will provide access to different types of business information, including information on all federal and provincial assistance programs.

Business Management Awards

Business Management Awards will also be presented by FBDB to business managers in each region of Canada who most successfully implemented recommendations from the Bank's CASE counselling services.



The Hon. André Bissonnette, Minister of State for Small Business, will launch Small Business Week in Montreal, Oct. 15, along with Messrs Roger Hamel, President of the Canadian Chamber of Commerce and Guy Lavigueur, President of the Federal Business Development Bank.

Principal Activities

This is a sample of the activities that will be held in major centres during Small Business Week. Many more events will also take place in other cities and towns across the country.

St. John's, Nfld. - Oct. 27, 28

Four joint seminars — "Managing yourself from the inside out"; "How to create, find and test new business opportunities"; "Increasing business from the inside out"; "Laugh, learn and increase sales" — at the Hotel Newfoundland.

Dartmouth, N.S. - Oct. 21 Small Business Week kick-off breakfast — held in cooperation with the Dartmouth Chamber of Commerce at the Atlantic Inn.

Charlottetown, P.E.I. - Oct. 23 Business Management Awards — in cooperation with the Greater Char $\begin{array}{c} \text{lottetown and Area Chamber of Commerce} - \text{at Confederation Centre}. \end{array}$

St. John, N.B. - Oct. 24

Women in Business Conference — a major conference held in cooperation with the Women's Secretariat — at the St. John Trade and Conference Centre

Montréal, Qué. - Oct. 25, 26, 27 Le Salon de la PME (Business Fair) at the Place Bonaventure.

Toronto, Ont. - Oct. 24, 25, 26
Business Information Fair held in
cooperation with the Toronto Board of
Trade — at Ontario Place, Toronto.



Winnipeg, Man. - Oct. 21

Free Workshops — "Information: How to get it and how to use it as a management tool"; "Financing: Where to find it"; "Assessing your management skills and how to improve them" — at Winnipeg Centennial Library.

Saskatoon, Sask. - Oct. 22
The Agricultural Business '85 Conference on Farming — at the Ramada
Renaissance.

Calgary, Alta. - Oct. 21

Successful Women '85 Conference — among the Co-Sponsors are Calgary Association of Women and the Law Achievers of Canada — at the Calgary Convention Centre.

Vancouver, B.C. - Oct. 21, 22, 23
Vancouver Business Information
and International Trade Fair — cosponsored by the Vancouver Board of
Trade and the Lower Mainland Chambers of Commerce — at the Hotel
Vancouver

INDEX

our Economy's Best	
rospects	2
Canada Triples Exports	
n 10 Years	2
ive Ways to Grow	
uccessful Companies	3
rading Houses: Helping	
Canadian Companies	
Export	4
ncrease Your Sales By	
exporting	5
s Your Company Really	
Making Money?	6
low to Motivate Your	
ales Staff	7
SC Helps Small Business	
secure Federal Contracts.	8

EDITORIAL

Small Businesses — Our Economy's Best Prospects

October 20-26 is Small Business Week in Canada — and with good reason.

The major economic role played by small business is now well established, but it was not always the case. Over the past few years, governments have been assisting small businesses on an unprecedented scale. Never before have financial institutions, businessmen's associations and Chambers of Commerce shown such keen interest in promoting their development. Even the universities have decided to participate in the small business boom by establishing training programs for the next generation of small business managers.

A look at the statistics confirms that, despite the fact that numerous small firms have gone under in the past few years, small business remains a pillar of our economy.

Small Business: the Main Source of Jobs

Small and medium-sized firms account for 95 per cent of the over one million firms in Canada, for 30 per cent of national goods and services and for 45 per cent of all "commercial" jobs.

Unquestionably, the small business sector was the most severely affected by the economic crisis. Nevertheless, it far outperformed big business in the area of job creation. In the 1975-1982 period, manufacturing companies with 50 or fewer employees created, in real terms, around 400 000 jobs while larger companies cut approximately 100 000.

Small Business and Productivity

In absolute figures, the productivity of small companies does not equal that of big business because the former do not have the same technical and financial resources. However, small firms have been much more innovative and dynamic in improving productivity: between 1971 and 1981, the productivity of small business grew by 14 per cent while that of big business rose only 11 per cent.

Small Firms: Champions of Growth

A study carried out by **Commerce** and **Canadian Business** magazines on Canada's fastest growing companies shows that 25 among the top 50 are firms with fewer than 50 employees. This is surprising if we consider that the study covered the period from 1980 to 1983, when the country was undergoing one of its worst recessions of the post-war years. These companies doubled their payroll and more than quadrupled their sales over the three-year measurement period.

It should also be noted that several of the 25 large firms on the list grew through acquisitions, which suggests that their growth represented a consolidation of capital rather than a net contribution to expending activities.

economic activity.

Most of the 25 fastest growing small companies were in sectors previously monopolized by industrial giants: energy resource exploration and development, data processing, communications, etc. This indicates that small business has become a hotbed of research and innovation in leading-edge sectors.

Our Economy's Best Prospects

Scale is no longer considered a guarantee of economic growth and statistics show that in many respects small business contributes more in this area than does big business. Small companies are the new engine of the Canadian economy and our main hope for a sustained recovery. The growth of our economy depends on the vigour and entrepreneurial spirit of small business managers.

SMALL BUSINESS WEEK in Canada October 20th to 26th

ECONOMY WATCH

Canada Triples Exports in 10 Years

Canada has tripled its exports of goods and services since 1975, from \$41 billion in that year to \$131 billion in 1984. This progress is all the more remarkable as these exports, which accounted for 24.5 per cent of the gross national product (GNP) in 1975, represented 31.2 per cent in 1984. These figures confirm the growing importance of export sales for the Canadian economy.

Canada did best in the area of goods exports in 1984 with sales of \$112.5 billion or 3.4 times the 1975 figure of \$33.3 billion. Performance in the services sector was \$19.2 billion or 2.8 times the 1975 figure of \$6.9 billion.

Canada exports almost everything you can imagine, from the smallest to the largest objects. However, motor vehicles held the lead in the 1984 sales record, with \$29 billion in sales. In second place were energy related products, wood and its derivatives, with sales of \$13 billion each; wheat and ocean products, \$6 billion; heavy machinery, \$5 billion.

The United States — Our Principal Partner

Three-quarters of our exports are currently absorbed by our neighbours to the south. Last year, Canada sold over \$85 billion in goods (75.6 per cent) to the Americans against \$22 billion (65.1 per cent) in 1975. The weakness of our dollar against American currency has clearly contributed to this dramatic increase in our sales to the United States. The automobile and energy related products industries, most of whose exports went to the United States, were the main sectors to benefit.

The Rest of the Market Stabilizes

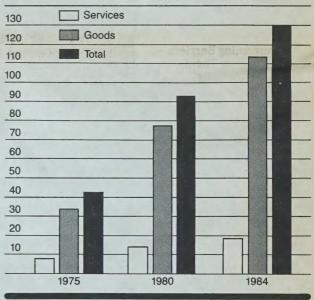
Canada's exports throughout the world, apart from the United States, totalled \$27 billion in 1984, or over double the 1975 results (\$11 billion). However, the volume has stabilized since 1980. This can be explained by the years of recession that Europe has experienced and the restrictive measures these countries have imposed on imports. The increase in value of the Canadian dollar over European currencies and growing competition from Asian countries in international trade are other factors that have checked the impetus of Canadian Over the past four years, Canada has still succeeded in maintaining its market in nearly all parts of the globe, through the drive of its 120 embassies, consulates and trade offices and its many trade missions.

1985 — Another Record Year

Another increase in Canadian exports is expected in 1985, but a more moderate one than in 1984.

It is thought that the improvement in the economic climate in Europe and the greater opening up of certain Eastern countries to imports from the West will favour Canada. In addition, despite a slowdown in the American economy, it is believed that the relative weakness of the Canadian dollar will have an even more favourable effect on our exports.

Canadian Exports (in \$ billion)



Profit\$

Editor: Jules L. Tremblay Photocomposition Consultant: Francis Fuca Photo Editor: Peter S. Charles Economy Watch Editor: Denis Couture

Regional Correspondents: Atlantic: K.G. Heisler; Quebec: A. Brunelle; Ontario: R. Frizell; Prairies & Northern: G.P. Brunelle; British Columbia & Yukon: W.P. Hallam.

PROFIT\$ is published to inform the small and medium-sized business community on topics of current interest, and of the services of the Federal Business Development Bank, P.Q. Box 335, Stock Exchange Tower Station, Montréal, Quebec, H4Z 1L4 — Tel.: (514) 283-7541.

PROFIT\$ is distributed to all businesses across Canada through Canada Post in January, April, July and October. There is no separate mailing list. Please report all distribution oversights to your local postal station.

ISSN-0711-0316 Trans-Continental Printing Inc.

Five Ways to Grow Successful Companies

... A sneak preview of the Canada Awards

After poring over entries for days, industry experts from all parts of the country selected forty-five enterprises as finalists in the 1985 Canada Awards Program. A survey of these successful organisations reveals that strong, determined, innovative, people-oriented leadership is a common thread.

Marketing Masterpieces



tion, even if your company is geographically remote from the international marketplace.



Process Technology's Jenkins uses highly detailed marketing planning with large doses of entrepreneurial spirit to build a high tech business in New Brunswick.

Overcoming Barriers – Fly Over Them — Literally!

Process Technology Limited of Oromocto, New Brunswick, began with four people in 1982. They've grown to 126 employees, manufacturing high technology semiconductor products and processing equipment in an unlikely region of Canada.

Overcoming remoteness and other barriers to doing business in world markets was a matter of willpower and a positive attitude, especially on the part of George Jenkins, the founder.

Another key element was developing a highly detailed marketing plan and then following it.

The marketing strategy to compete with rapid service for product delivery called for purchasing their own aircraft to connect with U.S. airlines and their major markets. They hired a competitor's marketing vice-president, and targeted sales to major companies rather than minor users.

PTL developed in-house resources and focused on state-of-the-art production equipment and high quality products which are now ranked among the best in the world

Strong marketing combined with innovative technical expertise make a winning combina-

"Coals to Newcastle?" Westar Says "Why Not?"

Vancouver-based Westar Mining Limited is Western Canada's largest producer of metallurgical coal for use in steel production, and they produce thermal coal for power generation. But there are only a few dozen buyers worldwide

Experienced, sophisticated and conservative customers in Europe did not want Western Canada's coal. It is technically different from European and Eastern U.S. varieties. Westar had to prove that Canadian coal could meet European requirements. Ironically, labour instability in the U.K. gave them an opening, when a bitter coal miners' strike threatened the European market.

Westar changed the attitudes of European buyers with the results of their extensive research, and their stringent cost cutting overcame the transportation advantage of competitors. 1,850 Westar jobs depended on opening these new markets.

In 1984, \$50 million in new export sales to Europe was contracted, first as an alternative source of supply, then as a reliable, ongoing supplier.

Westar proved that aggressive marketing can open up new markets even in unlikely places.

Using Value Added Marketing

The Rempel family in Calgary licked a recession in their garment manufacturing business by adopting a new marketing strategy that turned their company around ... profitably.

Canadian athletes had been wearing outfits made by foreign manufacturers until the Rempel's Sun Ice Ltd. supplied special uniforms to the Mt. Everest Team Canada and directly associated their company with other athletes and Canadian teams for promotion.

Adding the value of national promotion to Sun Ice ski wear, discount policies were eliminated. High profile athletes wearing Sun Ice garments were the focus for creative marketing and a strong advertising program introducing a new way for retailers to



Scaling new heights of sales success, Sun Ice Ltd of Calgary uses value added marketing and tie-in promotions with major sports figures.



It's a long way from home in Richmond, B.C. to New York's "Hill Street Blues" but concentrating Market Managers on specific market segments is helping Mobile Data International to profitably place their concentration units in a wide range of vehicles.

maintain profit margins. New insulation made products machine washable — another reason for new sales. Forty-five per cent of Sun Ice sales now are to non-skiers who want to wear the fashions worn by Canadian athletes and are thus creating a growing market for active-styled casual wear.

The Rempel family can assure you that value added marketing works.

Innovative Fashions Very 'In'

One of the hottest names in the Canadian fashion industry is Alfred Sung. Launched four years ago from relative obscurity by the Monaco Group in Toronto with an image advertising campaign, Alfred Sung's collection is perfectly positioned in the North American fashion market for career-oriented women.

The Monaco Group continue their strong commitment to innovative marketing with spectacular advertising and promotion, a new licensed fashion line and imaginative retail concepts. "Sungsport" is the new line for the middle-of-the road price buyer. The "shop-in-shop" boutiques appear in major fashion retailers' stores in Canada and the U.S. along with "free standing" Sung boutiques in some markets.

Combining a skilled hand in coordinated sportswear design,

quality Canadian manufacturing, and expert marketing, Alfred Sung is a fashion superstar.

Lateral Thinking Opens New Markets

In an industry characterized by concentration on technology and neglect of marketing, Mobile Data International is profitably paying attention to both. Lateral thinking about potential buyers is adding new markets to their established success in selling units to law enforcement agencies, fire departments, and ambulance services.

A new organisation of market managers within MDI formulated marketing plans that considered business categories, financial payback, product positioning with user benefits, competitive advantages, and advertising/promotion strategies. They singled out the four new target markets with the greatest potential for adoption of MDI's systems in order not to spread scarce resources over too many opportunities.

MDI has proved that specific target marketing pays off.

Clear thinking as well as understanding marketing and the marketplace make a difference. Ask MDI.

Continued on page 6









LET FBDB KNOCK ON DOORS FOR YOU WITH ITS PACKAGING SERVICE

Need help with your financing? The FBDB is at your service. Fully 75% of those clients FBDB has helped arrange their financing had been unsuccessful in doing so on their own.

After assessing with you and your advisors the feasibility of a project, FBDB's Project Development Team will write a proposal which you will use to support your application for financing with financial institutions and/or government agencies. The proposal will be structured according to your needs to take maximum advantage of the sources of funding available: grants, lines of credit, equity, short-or long-terms loans, or a combination of these.

But what is really special about the Packaging Service is that FBDB will act as an intermediary, presenting the package to those financial institutions and government agencies that are most apt to provide the financial support.

Besides the Packaging Service, FBDB's Financial Planning Program includes Financial Matchmaking, a nation-wide computer-operated introduction service matching up private investors with firms seeking investment and management support, Do-It-Yourself Kits and a soon-to-be-introduced Strategic Planning Process.

Call the nearest FBDB Office, use the toll-free line 1-800-361-2126 (112-800-361-2126 in B.C.), or return the coupon below.

BACKING INDEPENDENT BUSINESS



Federal Business Development Bank Banque fédérale de développement

Canadä

FBDB Financial Planning P.O. Box 335	Program
Stock Exchange Tower Stati	ion
Montreal, Quebec H4Z 1L4	
Send me free information or	1
Packaging	
Financial Matchmakin Strategic Planning	ig .
Send me the following Do-It-	Yourself Kits
at \$10 per copy	rinancing
	g and Cash Flow Budgeting
at \$10 per copy	
at \$10 per copy	Financial Statements
	he Purchase of a Small Business
at \$10 per copy	inc rai chase of a chian susines.
copies of Credit and	Collection Tips
at \$10 per copy	
Name	
Address	
Telephone	Postal Code
Charge to VISA:	
Card No.	Exp

Trading houses: Helping Canadian Companies Export

If you are a Canadian company with exportable products or services but without the in-house ability or desire to cover every market for every product, you can take advantage of a practical and cost effective option: the use of a Canadian trading house.

Trading Houses Contribute \$11 billion to Exports

According to a report entitled "Promoting Canadian Exports — The Trading House Option" and released by Trade Minister Kelleher, trading houses play a significant role in Canada's exports. This report shows that in 1983 they contributed more than \$11 billion to Canada's export performance.

Furthermore, they accounted for 40 per cent of all Canadian exports to non-US markets for a wide range of products. This extensive involvement highlights the usefulness of trading houses in dealing with regions of the world where expertise in different cultures, industrial structures and ways of doing business are key elements of success.

Provide Wide Variety of Services

Although the trading house sector is very diverse, and the trading houses undertake a wide range of activities, they do have some specific qualities in common.

Trading houses have a specialized knowledge of foreign markets; they know the buyer's needs, customs and language, and understand the market's peculiarities and special requirements; they have an unrivalled knowledge of exporting techniques; and they deal with the many complexities involved in international trade, such as packing, documentation, shipping, insurance, import regulations, tariffs, quotas, licenses, exchanges and payment terms.

Such skills just cannot be picked up overnight, they are the fruit of years of experience. For this reason, trading houses constitute a precious resource for businesses entering export markets

The report defines trading houses as companies specialized in exporting, importing and trading in goods and services produced or provided by other par-

ties, and providing related services to these activities.

Over 400 trading houses are established in Canada. Some trading houses act as the buyer for foreign governments, while others act purely as manufacturers' representatives, as commodities traders, as joint-venture facilitators — the range covers every market and every sector.

Who Can Benefit From a Trading House?

Not all manufacturers need a trading house. Use of a trading house is a means of overcoming an export problem. If you do not plan to export or if exporting does not cause any difficulties, there is no need for a trading house.

To help a company decide if a trading house is necessary, here are a few simple questions: Is there a market in which you are not participating, and to which you do not wish to devote personnel and promotion funds? Are there products which you are not presently exporting, but for which potential markets probably exist? Could you be competing more successfully in international bids?

How to Select a Suitable Trading House?

If your answer to these questions is affirmative, the next thing to do is to find a suitable trading house. The decision about whether or not two companies can work together must be based on discussion. There must be agreement between the tasks to be carried out by each side and the financial responsibilities and rewards for each. Both the manufacturer and the trading house must be happy with the relationship and the potential for profit.

Although the final selection is a personal one, the newly created Council of Canadian Trading Houses (CCTH) and the Trading House and Countertrade Division of the Department of External Affairs can provide valuable information about the various trading houses.

Trading houses already contribute significantly to Canada's export trade. A well-selected trading house could provide you with the necessary expertise to enter the export market.

For more information contact: Council of Canadian Trading Houses

c/o Geoff Nimmo 99 Bank Street, Suite 250 Ottawa, Ontario K1P 6B7





Vanessa Tourangeau, President, Canadex, is Chairperson of the recently created Council of Canadian Trading Houses. The Council was formed to establish and apply "a vigorous accreditation procedure" for trading houses across the country.

Its purpose is to promote the trading house industry and give manufacturers and service industries a greater degree of confidence when selecting trading houses. It also is able to inform businesses of the advantages of working with trading houses, which include indepth knowledge of export markets, long-term market presence, language ability and familiarity with the legal, business and industry standards in the market.





Increase Your Sales by Exporting

Exports have a neat way of adding to a company's sales volume. They generate a flow of funds and — hopefully — profits that were not there before you began thinking along international lines. "Thinking internationally" is the key to breaking the "sound barrier." But foreign markets are different and require special handling.

A Growth Business

Exports form an essential part of the Canadian economy and currently account for more than 30 per cent of the Gross National Product. Canada ranks with the top 10 merchandise trading nations, together with such countries as the United States, West Germany, Japan, Britain, the Netherlands and France.

Over the last 10 years, Canadian exports have tripled and have grown faster than the Canadian economy as a whole. At long last, there has also been a significant shift in the makeup of exports toward manufactured goods.

Why Export?

The attraction of a lucrative foreign market for a company's goods cannot be denied. However, anyone considering exporting should look at both the advantages and disadvantages of taking such an important step. Frequently, companies get into exporting almost accidentally; for example by filling an unsolicited order received from someone overseas. As well, other firms, which perhaps should export, are reluctant to do so because of a lack of information or because the owners harbour fears on the problems of exporting.

There is also the mistaken belief that only large companies can export. Studies have shown that many small manufacturing firms have succeeded in the international marketplace by taking advantage of niches not serviced by the larger corporations. Besides, smaller firms are usually able to react more quickly to changing conditions, can handle smaller production runs and meet special demands for colours, packaging, etc.

Here are some of the advantages and disadvantages of exporting:

Advantages

- Increased sales
- Higher profits
- · Lower unit cost of production
- Greater use of plant capacity
- Protection against cyclical downturns

- Reduction of dependence on single traditional markets
- Extension of the life cycle of existing products
- New knowledge and experience

Disadvantages

- Additional travel, time and expense to develop export markets
- Additional (or retrained) staff to handle exports
- Increase in paperwork and shipping costs
- Possible product modifications
- Additional financing
- Necessity to learn about customers, language, cultural differences, local standards, tariffs, currency exchange controls, packaging and labelling requirements, payment terms, collection of accounts,

Make a Commitment

Just thinking about exporting will not make it happen. One of the first steps the management of a firm contemplating exporting must take is to make a commitment to see the project through. There should be full recognition that the task of developing the market will take some time, that initial sales returns may be slow, and that a reasonable budget for travel and promotion costs needs to be set up at the very beginning.

As can be seen, those who wish to go into exporting simply to rid themselves of a temporary excess of inventory will have to revise their thinking. A reputation for reliability is essential. While one



Canada ranks with the top 10 merchandise trading nations, together with such countries as the United States, West Germany, Japan, Britain, the Netherlands and France.

cannot turn the "tap" on and off at will domestically, it is even more difficult in foreign markets.

Analysis of Potential

Generally speaking, owner/managers of small and medium-sized businesses know their domestic market. They are aware of their customers' product preferences and what prices the market will bear. They also have a flair for the advertising approaches that work and know the appropriate channels of distribution for their goods.

Outside Canada, much of this knowledge may be inapplicable, but a thorough review of the present domestic setup, including the major business and economic trends in the industry, can help in determining those strong and weak points that could assist or hinder a firm's exporting effort.

In your analysis, keep in mind the broad trends that emerge. For example, you should be alert to indications that your company's performance, when compared with the industry's, is not up to par.

The movement or lack of it in the areas of sales, profit margins and prices may tell you something about the state of the overall market, i.e., whether it is growing or has become saturated, and whether aggressive competition is seriously affecting your market penetration.

A heavy influx of imports into the marketplace may tell a great deal about some of your pricing policies. Similarly, a heavy swing to exports may be a sharp warning that a firm is missing a solid opportunity to sell overseas.

If there is a great untapped potential in the domestic market, you may deem it wiser to concentrate your time and efforts on exploiting this area and postpone the idea of exporting for a while. However, should the evaluation of your company's performance in the domestic market prove generally positive, you should then proceed to determine whether your organization has the potential to export.

Exporting will have an effect on virtually all areas of a firm's operations, so, among a number of points that should be covered, begin with an assessment of whether the product is adequate to compete internationally.

The answers should provide a reasonably good idea of your firm's export potential. There will undoubtedly be areas where findings are negative but subject to improvement. For example, a lack of staff competent in export-

ing could be offset by the hiring of specialists, such as trading houses or international freight forwarders.

Of more concern would be the realization that your products could not compete internationally (price too high, costly servicing, and so on).

Market Selection

Now comes the time to begin selecting export markets.

For all practical purposes, you should probably start your efforts close to home or in markets that closely resemble your own. In this regard, Canada's traditional trading partner has been the United States, which absorbed 75.6 per cent of our exports in 1984. Asia followed with 8.7 per cent and Western Europe with 7.3 per cent.

In searching, keep in mind that the newly industrialized nations such as Brazil, Greece, Hong Kong, Mexico, Portugal, Singapore, Spain and the strong markets of the Pacific Rim have experienced growth in their industries and personal incomes, creating demand for certain imports.

If markets in Socialist countries are being considered, remember that marketing strategies will differ there, as will the methods of payment.

Keep the following points in mind:

- Plan, from the very start, to make your export business a profitable one.
- Find a need and fill it.

Continued on page 7



"Accounting figures cannot,

however, alert management to the

imminent arrival of a competitor

with a new product, indicate the

condition of the plant, or warn of

an impending strike. Examina-

tion of financial figures alone does

not give a complete account of the

condition of the business. Bal-

anced assessment of the compa-

ny's performance, therefore, calls

for an examination from several

It Helps to Plan

Good financial planning aids

"As an enterprise develops and

grows, additional financial

resources will inevitably be need-

ed for new equipment and facili-

ties, and to finance expanded

sales. These additional financial

resources can either be generated

internally from the operations of

the business or provided from

outside. The need for additional

different points of view.'

growth:

MANUFACTURERS' CORNER

Is Your Company Really Making Money?

As long as your company is making a profit, however small, you probably feel all the effort and risk are worthwhile. But are they? The Canadian Manufacturers' Association's booklet, "How Does Your Company Measure Up? — a performance improvement checklist," helps you find out whether you are getting a healthy enough return from your investment.

Here's what the authors say about financial success:

"From the owners' point of view, the company exists to earn a return on their investment, consistent with the degree of risk involved. If the owners could be earning a higher return with the same risk, or the same return with less risk in alternative investment situations, the company is not a financial success."

Measuring Financial Success

"How Does Your Company Measure Up?" has some questions for you:

Have your profit ratio and the rate of return on investment been compared with statistics for similar industries?

Does your return on investment compare favourably with alternative investment possibilities?

Has your company set its rate of return and profit objectives for five years ahead, and formulated its plans for achieving them?

Does your company use return on capital in evaluating prospective capital expenditures?

Unless you have considered these questions, you can't make a proper judgment about your company's performance.

Money Isn't Everything

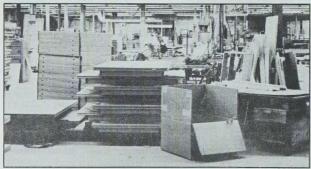
Accounting figures are sometimes not enough, as the booklet points out:

"The only facts recorded in a company's financial statements are those that can be expressed in monetary terms. The advantage of this is that heterogeneous facts about a business can be translated into numbers that can be

added or subtracted. Thus, for example, hours of labour, pounds of material and kilowatts of power can be equated to establish the cost of a product."



funds should be foreseen and
The goals of sound financial
planning are accumulation of
adequate funds at lowest cost,
and provision for future capital



Five Ways . . .

More Hints

The success stories of finalists in all categories of the Canada Awards for Excellence 1985 will appear in a special issue of Canada Commerce in November. In addition to Marketing, the categories include Productivity, Entrepreneurship, Labour/Management Cooperation, Invention, Technology Transfer, Innovation, Industrial Design and Engineering Design. Free copies of this 32-page publication may be reserved through your local DRIE office or

by calling Canada Awards for Excellence, (613) 992-5004.

Which One is Best?

The winner in each category will be announced in a gala ceremony at the Palais des Congrès in Montréal, November 5, 1985. In view of the abundance of highly competitive entries, honourable mentions will also be introduced.

Winning companies will receive a medallion, a certificate and the right to use the official symbol in their own advertising

Continued from page 3

and promotion. They will also be mentioned in other advertising and promotion developed by DRIE and will participate in a special workshop the morning after the awards to share ideas on how to maximize the benefits of winning the award.

The workshop will be chaired by Robert Bergen, a Montréal based business consultant who prepared this report for "Profits." their acquisition planned, not left to chance. The goals of sound financial planning are accumulation of adequate funds at lowest cost, and provision for future capital needs."

Are You Tying Up Capital?

Does the company have a record of sound financial growth? Is future financing planned so

that the firm obtains capital funds at minimum available cost?

Is lack of financial resources restricting the company's development?

Have the financial needs for the next three years been estimated?

Does financial planning strive for an optimum mix between debt and equity capital, and does the company's debt ratio compare favourably with the industry's average?

Have plans been laid to obtain whatever additional financial resources are required under the most favourable possible conditions to the company?

Have the possible disadvantages of using external resources of finance been considered?

Is the company unnecessarily tying up capital in such things as inventories, receivables, or real estate when it could be used for business expansion?

How're the books?

Your accounting system should provide you with all the information you need.

"The financial accounting function is to record transactions involving revenues, expenses, liabilities and net worth, and to prepare periodic summaries of financial position and income. The accounting system should be economical and flexible as well as being consistent with accepted principles of accounting theory and practice. Accounting statements are expensive to prepare and should yield accurate and readily understood information."

Is Everything Accounted For?

Are the accounts properly classified by a chart of accounts?

Are the books of accounts balanced at least monthly?

Are journal entries adequately supported by substantiating data?

Are the books audited by an

independent auditor at least once a year?

Are profit and loss statements prepared at least twice a year and available within a reasonable period after the closing of the books?

Let's Have a Look

Now that you've asked yourself some general questions, "How Does Your Company Measure Up?" invites you to look at yourself in the mirror. The "Diagnostic Data Sheet" reveals your company's financial growth, in terms of sales, net worth, gross profit, net profit and number of employees. The data sheet also gives you some insight into your accounting system.

Take a few minutes to fill in the data sheet. The results could be revealing.

How Do You Rate?

The next step is to rate your performance, on the Diagnostic Rating Form. Is your company's performance satisfactory? Is some improvement desirable? Is major improvement required? Should this area be a priority?

Be Your Own Consultant

By going through this exercise you should be able to identify where your top priorities are — where improvement would bring immediate benefits to your company. "How Does Your Company Measure Up?" contains 56 groups of questions covering all aspects of running a business, including organization, production planning and control, advertising and promotion, budgeting, and many more.

Help For Small Companies

The vast majority of members of the Canadian Manufacturers' Association are small or medium-sized companies. A large proportion of CMA's members have found "How Does Your Company Measure Up?" to be a useful tool for self-diagnosis. Several hundred **Profit\$** readers, many of them not manufacturers, have also found the booklet useful.

This article was contributed to Profit\$ by the Canadian Manufacturers' Association.

If you haven't got a copy yet, send a \$10 cheque (no invoicing) to CMA Publications, 1 Yonge St., Toronto, Ontario, M5E 1J9. PAGE 7 AUTUMN 85

RETAILERS' CORNER

How to Motivate Your Sales Staff

If you are of the "old school" and think that employees should do the best they can at all times at the jobs you assign to them, because they're lucky to have a job and to get paid for doing it, you maybe heading for a costly disappointment. Today such an attitude is likely to breed an apathetic staff performing at a low level of productivity, and will probably lead to a high turnover problem,

Motivate Your Staff

Improving your staff's morale and motivation to do a good job does not have to be expensive. Many retailers are inclined to believe that the only way to get and keep good staff is to pay them more than the business can afford.

This is not necessarily true. There are many incentives you can use to increase staff productivity without breaking the bank.

Non-Monetary Incentives

One of the simplest incentives of all, which costs not a penny, is to make the employee feel part of a happy team, working together to achieve common goals. Virtually all that is required in this instance is for the retailer to greet his employees when they arrive for work, be interested in (but not nosy about) their personal lives, hobbies and activities, and remember always to praise, preferably in public, every constructive action the employee takes: an up-sale, tidying stock, handling a complaint graciously and professionally, or whatever it might be.

If you haven't yet read The One-Minute Manager, on sale in all bookstores, you should. It is somewhat over-simplified, but contains in its few pages (it takes only a few minutes to read) all the essential ingredients of a good and effective management style.

Besides personal interest in employees and praise for their good work, the retailer can think of other non-monetary rewards for desired behaviour. An Employee-of-the-Month award, for example, may seem hoky, but it is widely used in the hospitality industry and works well there. By the simple expedient of putting up an employee's picture on the wall, with perhaps a short script outlining his achievements, you both reward the employee concerned for his actions and motivate his fellows to try to do better, and at the same time tell your customers that you are proud of your staff and their performance.

Invest in Training

Another motivating incentive for staff, which costs something, but has a two-way payoff, is to subsidize their training and education. Sending them to a course which will improve their skills—either their direct skills in their job, or management skills which they may put to use in the future—tells them you have faith in their ability to do an even better job than they are doing, and at the same time increases their ability to do that job.

Reward Performance

One of the main steps a retailer must take if he is to motivate his staff is to ensure not only that every job in the store has a job description, so the employee knows exactly what he is expected to do, but also that each task has a measure of performance to it, so the employee understands what constitutes acceptable, good and outstanding performance. Without this understanding, there is no incentive to achieve good results.

A de-motivating system is one in which all employees, good, bad or indifferent, receive the same pay raise automatically every six months or year. If all are paid equally regardless of performance, what incentive is there to improve performance?

Pay raises should be granted as the result of performance appraisals, again measuring against preestablished standards so the employee knows the system is fair and the bases for judgement are objectively related to his performance.

Some companies have more complex approaches, where the link of ongoing improvements in performance with increased pay and/or promotion is more obvious and direct and made more frequently.

Everyday Incentives

Some retailers use a variety of everyday financial incentives to promote high performance levels.





One of the best incentives of all for good performance is that of treating employees as adults and fully-fledged members of your store's team.

One might, for example, tie a set amount of above-salary compensation to a range of sale values. It need not be particularly high. One retailer, for example, gives an employee 10 cents for a sale between \$17.95 and \$19.94, 15 cents for a sale between \$19.95 to \$26.94, and so on up the scale, to a top of \$1 for a sale of more than \$99.95.

At this store, the system can be triggered quickly to match a specific set of circumstances; for instance, if there's a real dog sitting on the shelves, the manager simply doubles the commission on that item, and watches it trot past the cash register.

Other retailers set daily or weekly quotas by salesperson, and pay a percentage of sales above that level. Others prefer to base such a bonus system on overall store sales or departmental sales, to foster a sense of teamwork among staff and avoid the problem of having them descend competitively on customers, trying to grab all the sales for themselves.

Time Off

An incentive with no direct monetary output, and one many retailers have found works well, is to offer time off for outstanding performance, again tying it to a system of so much time off for such a percentage of sales (or whatever task the employee performs) over the base required.

One innovative incentive program was devised by a retailer to spark his employees to undertake the unpleasant tasks which abound in any business: cleaning the bathroom, calling past-due accounts, dusting the counters, etc. He listed them on slips which he put in a fishbowl, along with some slips giving a day or half-day

off. When employees finished their regular tasks for the day, they had the opportunity of dipping into the bowl and taking their chances.

Another retailer has an incentive program to induce his staff to get new customers for the store. Each new customer brought in wins the employee a set number of points, which are totalled and can be applied to a trip.

Work as a Team

One of the best incentives of all for good performance is that of treating employees as adults and fully-fledged members of your store's team. Ask their advice on display, the best way to sell products, advertising—all those activities which position the store in the public's eye, remembering

that the staff are the people with the most direct contact with the

If they believe you have faith in their judgement, they'll live up to your faith...and you'll have a dedicated, conscientious, productive, and happy staff, all working together to bring dollars into the store, and onto your bottom line.

This article was submitted to "Profit\$" by the Retail Council of Canada. The Council provides a variety of publications and services for its members. For more information contact:

The Retail Council of Canada 210 Dundas St. West, Suite 600 Toronto, Ontario M5G 2E8 (416) 598-4684

Increase Your Sales . . .

 You can not sell everyone right away. Concentrate on one or two markets to start — don't spread yourself too thin. Try to group your markets.

 Do not overlook the smaller, less obvious and possibly less competitive markets. Smaller firms can sometimes find a niche not serviced by larger companies.

- Keep within your capacity to service customers. Do not go after foreign orders that you cannot fill.
- Plan to spend time and money visiting foreign markets.
- Check government export assistance programs (PEMD, trade fairs, missions, etc.).
- At the beginning, stay away from markets in which import restrictions or exchange controls can limit your scope.
- Be flexible (product design, packaging, etc.).

Continued from page 5

 Be patient — (the culture and business methods of other countries should be respected strictly).

After a review of the many market possibilities, you may find that your choices have become somewhat restricted as you reject areas that do not fit your criteria. That is the point at which to prepare an in-depth analysis of those export markets deserving closer scruting.

"Exporting Your Product," a new Joint Business Management Seminar from the Canadian Export Association and the Federal Business Development Bank (FBDB) is now available. For further information on this seminar or on the FBDB's entire seminar program, please contact the FBDB branch nearest you.

PAGE 8 AUTUMN 85

Who is selling what to SSC? What contracts is SSC issuing?

To what firms? For how much? For what goods or services?

Bulletin of Business Opportunities

Since April 1, 1985, the Bulletin of Business Opportunities has been available on a subscription basis. Each week, for 51 issues, business subscribers find out who is receiving federal government contracts and who is selling what goods or services and for how much. The Bulletin contains articles and information on doing business with Supply & Services Canada, complete with helpful tips.

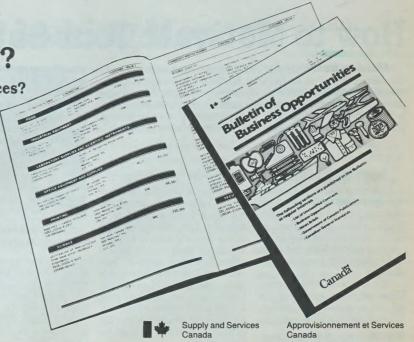
As a marketing tool the Bulletin is a "who's who" of government suppliers—a rich market resource for subcontracting opportunities: whatever widget you make the Bulletin opens up a whole new world of potential buyers. Prime contractors are always searching for sub-contractors—and through the Bulletin you can quickly check out who is in the market for your goods and services across Canada and also, who your competitors are.

The Bulletin costs \$153 a year for 51 issues, for postage and handling —

a tax deductible business expense.

Get on Board! Somebody has to supply the government — and somebody has to supply the suppliers!

Why Not You?



SSC Helps Small Business Secure Federal Contracts

The Bulletin of Business Opportunities, a Supply and Services weekly publication serving the business community for more than thirty years, is the communications vehicle the Department uses to inform suppliers about the volume of business done during any given week.

The Bulletin lists most unclassified contracts of more than \$50,000 for headquarters and \$10,000 in the regions.

The opening pages carry a wealth of features such as news from other federal agencies and corporations that affects the business community, proposed purchases under the GATT Agreement, of which Canada is one of the signatory countries, government publications of interest to business, statistics and profiles of Canadian companies that wish to appear in the Bulletin.

Sub-contracts for Small Businesses

Many readers within the small business community have increased their revenue simply by contacting prime contractors whose names appear in the publication under the various commodity headings.

Some of these contracts total millions of dollars and offer unique opportunities for the small business person with entrepreneurial spirit. SSC has heard many small success stories based on contracts already awarded to large federal government suppliers

The Statistical Section

Another feature that began as a result of supplier-reader interest is the Statistics section. A regular feature in the Bulletin, this section provides a two-year detailed look at statistical data in all sectors of goods and services bought by the federal Government.

These statistics reflect such varied areas as construction and building materials; machinery and equipment; data processing equipment, office machinery and EDP services; textiles, clothing and toiletries; medical and laboratory equipment, photography equipment and chemicals; surveying, mapping and consulting services; office supplies, books, musical instruments, recrea-

tional equipment, cleaning equipment, brushes and paints, containers and packing supplies; hardware, heating, plumbing and drying equipment and tools.

In this way, suppliers in these — and other — areas are quickly informed of the business volume the federal Government generates through its procurement activity. The \$7,630,000,000 of purchases made during the last fiscal year helped to better Canada's economic climate.

GATT Business

On January 1, 1981, Canada and eighteen other signatory countries, following the GATT round of talks, agreed to publish their requirements in certain commodity areas so that potential suppliers among them could bid on these purchases.

Requests of proposals for goods that range from office furniture to computers and paper, having an estimated purchase value of more that \$199,000, are advertised in each country's official government publication as an open invitation to tender. These

are called Notices of Proposed Purchases (NPP).

In Canada, the Canada Gazette is the official publication used for NPPs. These requests are also published in the Bulletin in its Business Opportunities section. This section also features all Requests for Proposals for certain government requirements where there is no supplier in the data base.

Each year Canada publishes more than two hundred NPPs with contract values that can reach millions of dollars, depending on the commodity and the quantity required by a client department or agency.

Improvements Ahead

A supply task force is presently working to make the Bulletin of Business Opportunities an even more valuable tool for small and medium businesses.

Among areas being explored are business opportunities offered to small businesses in data processing software, bids offshore to attract Canadian subcontracting activity and many other commodity areas.

In this way this Supply and Services publication will serve the Canadian business community more effectively.

To know more about federal government procurement or to subscribe to the Bulletin, simply write to The Editor-in-Chief, Corporate Relations Branch, 16A1, Ottawa, Canada, K1A OS5.

British Columbia & Yukon



Information: Your Key to Success

Message from the Vice-President



If running a business were as easy as putting a puzzle together, virtually every new business venture would thrive. But we know differently. Managing a business, no matter what size, is a challenging task.

Putting a puzzle together implies that you have all the pieces, know how to fit them together and what the final picture should look like. Business would be simple if this were true. However, we usually don't have any of those advantages. Furthermore, with the economy changing like the wind we frequently are dealing with moving targets.

Your Key to Success Is Information

Every day we receive thousands of messages and pieces of information through conversations, media and our own observations, most of which doesn't

stick with us. To unlock the real value of information you need to focus your sights, look for exactly what you need and then use it.

Sure, this takes precious time! But, we all know that using information correctly can unlock doors to success. Someone once said, "Information is Power!" What they meant was that armed with the right information you can have a competitive advan-

Owners and managers, by virtue of their position, have to make things happen. They cannot sit back and wait. If they do, opportunities will slip through their fin-

What Information Is Needed?

Information is to managing what fuel is to an engine. It's needed for planning, operating, monitoring and controlling, whether we are talking marketing, financing, personnel or general management.

But I'm talking broadly. When you get down to your specific situation you want to bounce ideas off someone else, before making decisions that could prove expensive. Also you don't want to get bogged down with an overwhelming pile of statistics and books what is known as "information overload." If you want to succeed, the trick is to discuss the questions that need answers before starting to look for the right information.

Where Do You Get Help?

FBDB has been discussing business questions, finding answers and providing information to businesses for over 40 years, from the time we started making term loans. Initially, it was just related to financing.

However, we recognized many years ago that successful operators needed more than just money. As a result, we have been changing our products and services to meet the greater demands on today's owners. Our whole thrust is to provide a Business Resource Centre with all the help and the answers you need to put together a profitable busi-

Your interests may range from equity financing, to loans, additional investors, starting a new business, marketing a new product, or learning new skills. FBDB as a resource centre has access to information and statistics on Government assistance programs, key operating ratios, or demo-

We also have officers and CASE counsellors - all experienced in analyzing and resolving problems related to small and medium sized operations.

How Can You Use Information To Your Advantage?

The whole purpose of having information is to be a step ahead of the game. Our intention is to work with you by analyzing your situation, accessing and interpreting data, and recommending possible courses of action. Our Project Development Officers are seasoned commercial lenders and business analysts, and complemented by CASE counsellors, they provide the means to the finest, most practical business solutions available anywhere.

As an example, if someone were interested in a new product or expansion we can access a number of sources of business intelligence to assess the size of a market, evaluate the total competition and identify business opportunities. Counsellors can detail marketing strategies and sales forecasts. We can determine the capital needed for financing the project, package a loan proposal for any lender, or look at providing the financing ourselves. Our seminar program and Do-It-Yourself kits can provide you with the training and knowledge to develop your management skills. After the project is up and running we will continue to extend the necessary support to keep you on track.

Pure statistical data alone is not enough, that's why large cor-

Quesnel

porations hire management consultants. But, by combining our resources, experience and knowhow with statistical information you, as a small or medium sized business owner, can get a jump on your competition!

Small Business Week '85

(October 20th - 26th)

Every year we take one week and concentrate our efforts to publicize the umbrella of available business support. The theme of this year's Small Business Week is "Information: Your Key To Success." Co-sponsored by the Canadian Chamber of Commerce, the hundreds of local Chambers of Commerce across Canada and FBDB, this week is your opportuntity to attend the free events planned throughout B.C. and the Yukon. I hope you'll take the time and see what resources are available to help unlock a few doors for yourself.

On this page and the next are featured some of the workshops which we will conduct. Make a note on your calendar to attend one. We are looking forward to

seeing you!

D.A. Kerley

Vice-President and Regional General Manager

SMALL BUSINES NEEK in Canada October 20th to 26th



Take 90 Minutes And Discover The Clear Path Through The "Information Jungle"

Each year things change business activity, government programs, interest rates, available money for financing, new opportunities and on and on. Success depends on getting and using up-to-date facts. Find out what Information is available

and what you should know about Business Financing by attending these two free workshops (each 90 minutes long).

Check the listing and phone your nearest FBDB office.



Information: Your Key to Success Workshops

Workshop Held In	FBDB Office	Telephone
Oct. 21st (Monday)		
Vancouver	Vancouver	681-7484
Smithers	Terrace	635-4951
Richmond	Vancouver	681-7484
Revelstoke	Kamloops	374-2121
Oct. 22nd (Tuesday	7)	
Langley	Langley	533-1221
Kitimat	Теггасе	635-4951
Vancouver	Vancouver	681-7484
Vernon	Vernon	545-7215
Oct. 23rd (Wednes	day)	
Vancouver	Vancouver	681-7484
Chilliwack	Langley	533-1221
Terrace	Terrace	635-4951
Kelowna	Kelowna	762-2035
100 Mile House	Kamloops	374-2121
Oct. 24th (Thursda	ıy)	
Williams Lake	Williams Lake	398-8233
Prince Rupert	Terrace	635-4951
Victoria	Victoria	388-0161
Penticton	Kelowna	762-2035
Merritt	Kamloops	374-2121
Oct. 25th (Friday)		
Kamloops	Kamloops	374-2121
Oct. 26th (Saturda	у)	
Quesnel	Williams Lake	398-8233

Business Financing Workshops

Oct. 21st (Monday) 681-7484 Vancouver Vancouver 753-2471 668-4030 Nanaimo Whitehorse Whitehorse 635-4951 Smithers Oct. 22nd (Tuesday) Campbell River Campbell River 287-9236 Vancouver Vancouver 681-7484 Nanaimo Nanaimo Kitimat Terrace 635-4951 388-0161 Victoria Victoria Oct. 23rd (Wednesday) Courtenay Campbell River 287-9236 Vancouver Vancouver 681-7484 635-4951 Terrace Terrace Oct. 24th (Thursday) Nanaimo Port Alberni 753-2471 North Vancouver North Vancouver 980-6571 Prince Rupert Terrace New Westminster New Westminster 525-1011 Oct. 26th (Saturday) Williams Lake 398-8233

The next page features articles which explain why these topics are so important to business operators today!

INFORMATION: YOUR KEY TO SUCCESS

British Columbia & Yukon

Small Business Week is your opportunity to attend FBDB's free workshops.

"Tighter controls, better management and an improved profit picture.
Thank you CASE!"

Brian McPherson, President Romac Auto Services Limited Dawson Creek, B.C.

(COUNSELLING ASSISTANCE TO SMALL ENTERPRISES)

COUNSELLING ASSISTANCE TO SMALL ENTERPRISES



Ernie Johnson — experienced in farm and industrial
equipment sales & service,
with a penchant for computers. As a CASE counsellor,
his advice is helping small
businesses solve the problems they face and take advantage of the opportunities
they see.

Brian McPherson and his partners had built Romac Auto Services into a growing business, with five outlets including an automobile service station and transmission service centres in the Dawson Creek area.

In spite of strong sales, profits were low and the business needed better controls.

CASE counsellor Ernie Johnson rolled up his sleeves and went to work.

Ernie's wide-ranging recommendations included the separate management of the various businesses in the Romac group, personnel training to increase productivity, a tightening up of interdepartmental transactions, and an effective computerized bookkeeping system to keep watch over everything.

Today Romac Auto Services thrives.

To find out how CASE can help your business, call FBDB today, toll-free: 1-800-361-2126

La Banque offre ses services dans les deux langues officielles.

BACKING INDEPENDENT BUSINESS



Federal Business Development Bank

Banque fédérale de développement

Canada'

Management Evaluation Workshop

Evaluating Your Management Skills

As the manager of a small business, who evaluates your performance? Do you know your management strengths and weaknesses and how to overcome those weaknesses?

As a small business manager you are expected to wear a number of different "hats." But many of them probably don't "fit" comfortably although you might not know the exact problem. What you need is a method of evaluating your own strengths and weaknesses.

With this in mind, the Federal Business Development Bank has developed a "Self-Evaluation Guide for Managers." You can obtain this guide free of charge by attending a special "Management Evaluation Workshop" during Small Business Week '85 (October 20 to 26). After Small Business Week the guide will be sold for \$9.95.

This free workshop uses the FBDB's successful case study approach to illustrate how the guide can provide a structured analysis of a manager's performance in each of three important areas: planning, leadership and control. The guide will also direct

you to some of the opportunities available for you to improve the weakness identified.

As an added feature, the guide contains \$25 in discount certificates towards the cost of attending FBDB seminars or for its highly regarded CASE Counselling Service.

For further information on the availability of this free workshop in your area contact your nearest FBDB branch or your local Chamber of Commerce or Board of Trade.

Finding Your Way In The "Info Jungle"

Facts, Facts and More Facts

Information—It makes the difference between a decision and a guess, between a fact and an assumption, between success and failure.

This emphasis on information has spawned a list of new "buzzwords" — heightened information consciousness, information society, information-gathering systems. But why this sudden focus on something so commonplace, so obvious?

Changing inflation and interest rates combined with an uncertain level of business activity have made any miscalculation a potential disaster for any business. The ability to operate effectively in

this environment is related to increased understanding which, in turn, is based on information.

It makes no difference whether you are head of a company seeking a new plant location, a sales manager in search of new opportunities, or a grocer opening a store in a new neighbourhood, you need information. Properly interpreted it can be your key to success.

A Path Through the Jungle

With so much information available from so many sources the Federal Business Development Bank has developed a workshop to help you find a clear path through this "info jungle." To be introduced free of charge during Small Business Week '85 (October 20th to 26th), a real-life case study, plus individual exercises and lively discussions show types of information available, how to find it and how it can be used most effectively.

Take the time to become better informed. Contact your local Federal Business Development Bank branch or your nearest participating Chamber of Commerce or Board of Trade for the time and location of this free workshop in your area.

Helping to Understand the System

Financing Today's Small Business

Any business, regardless of size, is concerned about financing. Financial needs occur during start-up, downturn, expansion and yes, even during a successful period of day-to-day operation.

Most small business owner/managers are technically skilled. But few feel comfortable wheeling and dealing in the world of business finance. Successful financing is measured not only by the quantity but also the quality of funds obtained.

The terms and conditions of the loan can in fact be more important than the amount. If the terms are unreasonable the financing may end up doing more harm than good.

Where to Turn...?

Complicating the picture is a rapidly changing marketplace. Traditional sources of financing are now specializing to the point that an owner/manager is no longer sure where to turn first. Government is increasingly active with initiatives such as the federal Regional Development Program and the provincially sponsored Small Business Development Corporations, to name just two.

To keep you informed and on top, the Federal Business Development Bank is introducing its new Business Financing workshop free of charge during Small Business Week '85 (October 20th to 26th).

Don't miss this invaluable opportunity to increase your management skills and learn about types of business financing and how they can benefit your business.

Contact your local branch of the Federal Business Development Bank or your nearest participating Chamber of Commerce or Board of Trade for the time and location of this free workshop in your area.

C.-B. et Yukon

Atelier d'évaluation

Vous êtes propriétaire-diri-Pour évaluer vos talents de gestionnaire

celui des services fort appréciés des séminaires de la BFD ou sur vous valant une remise s<mark>ur le coût</mark> certificats d'une valeur de 25\$ dre pour combler vos lacunes. vous indique des moyens à prencontrôle. Par ailleurs, le guide

BFD, l'Atelier d'évaluation mon-Offert gratuitement par la de la PME, le guide sera en vente au 26 octobre). Après la Semaine de la Semaine de la PME 85 (du 20

part... Sauriez-vous dire où? Il

La Banque fédérale de dévelop-

défauts? Que faire pour vous amévous bien vos qualités? Vos votre rendement? Connaissezgeant d'une PME. Qui va évaluer

vos lacunes. évaluer précisément vos forces et vous manque une méthode pour de tout; le bât blesse quelque Vous ne pouvez être spécialiste cumuler plusieurs fonctions. Chef d'une PME, vous devez

Horer?

pement a mis au point le Guide

d'évaluation offert dans le cadre gratuit en participant à l'Atelier pouvez obtenir un exemplaire d'auto-èvaluation, dont vous

rendement relativement à trois nue suslyse ordonnée de votre comment le guide peut apporter trera au moyen de l'étude de cas au prix de 9,95\$.

planification, leadership et

aspects importants de la gestion:

Se frayer un chemin dans une «jungle d'informations»

sur de l'information. leure analyse de la situation, donc Faits, données, nouvelles, statistiques...

et échouer. décider et supposer, entre réussir se et peut faire la différence entre distinguer un fait d'une hypothè-L'information vous permet de

tion, systèmes de cueillette de formation, société de l'informamode: conscience aigue de l'insance à plusieurs expressions à la qee a l'information a donne nais-L'importance nouvelle accor-

l'information.

Des taux d'inflation et d'inté-

conditions repose sur une meilcapacité de réussir dans ces sance pour toute entreprise. La peut devenir un désastre en puisqu'une simple erreur de calcul niveau d'affaires incertain, font rêt changeants, combinés à un

peut faire plus de mal que de bien. sont défavorables, le financement Si les conditions d'un emprunt

des jouds obtenus, mais aussi par

lue pas seulement par la quantité

Un financement adéquat ne s'éva-

dans les méandres de la linance.

contre, peu manoeuvrent à l'aise

res de PME n'est pas en cause. Par

d'expansion, et même quand les

démarrage, de ralentissement ou

grande ou petite, en période de

La compétence des propriétai-

leur qualité.

affaires vont bien.

Canada

Development Bank Federal Business

services offerts en communi-quent avec nous sens trais au : 1-800-361-2126

sol hus suov-zangiesnah Jabis

nir semble plus prometteur.

es journaux.

Fogel

(CONSULTATION AU SERVICE DES ENTREPRISES)

De plus, grâce aux prévisions de croissance de l'entreprise, préparées par Sam Fogel, l'avenir samble plus prometteux

publicité à la télévision et dans

mis de rendre le produit plus visible de façon à renforcer la

matière de promotion ont perque satisfaisante du marché de l'entreprise. Les conseils en frainérent une expansion plus Ses recommandations en-

et le dossier fut remis à Sam

et la mise en oeuvre.

Un simple coup de fil à CASE

grand saut. Les préoccupations portaient surtout sur la stratégie

du marketing avant de faire le

s'adressa-t-on à un spècialiste

Vancouver Colombie britannique

səs əp

ateliers gratuits de la BFD.

est l'occasion par excellence

pour participer aux

La Semaine de la PME

marchés 9râce aux conseils

développer de nouveaux

«CASE nous a assiste pour

Brigitte Neven, presidenta Coloniic Photo Labs., Ltd.

spécialistes.»

Banque fédérale de développement



ON APPUIE VOTRE ENTREPRISE

On songeait sérieusement à agrandir le marché; aussi

vendait autant au pays qu'à l'étranger.

bont mutales et présentoirs se Les affaires allaient bon train.

leurs problèmes et à profiter des occasions qui s'offrent à

petite entreprise à résoudre lers CASE dont les conseils aident les dirigeants de la

expérience de 35 ans en marketing, publicité et promo-tion. Il est i'un de nos conseil-

29m Fogel est riche d'une

The Bank offers its services in both official languages.

du Bureau de commerce. de la Chambre de commerce ou de chez vous, ou à la section locale succursale de la BFD la plus près atelier gratuit, adressez-vous à la Pour les lieux et dates de cet

cis de toute entreprise, qu'elle soit A quelle porte frapper? re inancement est un des sou-

Semaine de la PME 85 (du 20 au

la BFD offre, dans le cadre de la

PME soutenues par les provinces.

sociétés de développement de la

régional, au niveau fédéral, et les

Programme de développement

gnent des initiatives comme le

restent pas inactifs; en témoi-

frapper. Les gouvernements ne

savent pas toujours à quelle porte

priétaires-dirigeants de PME ne

spécialiser, au point que les pro-

fonds tendent maintenant à se

atelier qui sera offert gratuite-

la BFD a mis au point un nouvel

l'information. Pour vous y aider,

tracer un sentier dans la jungle de

sources diverses, vous devez vous

Un chemin dans la jungle...

peut être la clé de votre succès.

see a bon escient, l'information

formation reste primordial. Utili-

nouveau quartier, le besoin d'in-

cier ouvrant un magasin dans un

nouveaux débouchés ou un épi-

directeur commercial en quête de

emplacement pour une usine, un

treprise à la recherche d'un

Que vous soyez un chef d'en-

Devant toutes ces données de

Afin de vous tenir au courant,

Pour mieux comprendre les rouages de la finance

Le financement des PME d'aujourd'hui

rapidement. Les bailleurs de

Voilà l'occasion de mieux prise.

Le marché de l'argent évolue

du Bureau de commerce.

cacement.

de la Chambre de commerce ou

de chez vous, ou à la section locale

succursale de la BFD la plus près

atelier gratuit, adressez-vous à la

gner. Pour les lieux et dates de cet

la manière de vous en servir effi-

à votre disposition, ainsi que sur

et les types d'information qui sont

vous renseignera sur les sources

périodes de discussion, cet atelier

d'exercices individuels et de

moyen de l'étude de cas réels,

PME 85 (du 20 au 26 octobre). Au

ment au cours de la Semaine de la

du Bureau de commerce.

de la Chambre de commerce ou

de chez vous, ou à la section locale succursale de la BFD la plus près

atelier gratuit, adressez-vous à la

Pour les lieux et dates de cet qu'offrent ses conseillers CASE.

En prime, le guide contient des

Prenez le temps de vous rensei-

tuit sur le financement de l'entre-26 octobre), un nouvel atelier gra-

vos compétences de gestionnaire. tirer profit; en un mot, d'accroître comment votre entreprise peut en de financement, d'apprendre connaître les différentes formules

Profits

C.-B. et Yukon

L'information: la clé de votre succès

nes occasions,

tons plusieurs sources de rensei-Bien sûr, cela prend du temps. réaliser un profit, nous consultaient au financement, À l'origine, ses activités se limi-Si un client nous consulte pour ensuite l'utiliser. problèmes. de l'information aux entreprises. miner ce dont vous avez besoin et tront de trouver la solution à vos res, trouve des solutions et fournit l'information, vous devez déter-

verez toute l'aide nécessaire pour ressources complet où vous trou-Nous voulons offrir un centre de entrepreneurs d'aujourd'hui. et services selon les besoins des avons donc modifié nos produits pas aux bons gestionnaires. Nous compris que l'argent seul ne suffit

clés ou des données démographiments, les ratios d'exploitation grammes d'aide des gouvernebanques de données sur les prosources, la BFD a accès à diverses sectionnement. Centre de resprêt, nouvel investissement, pervariés: financement par actions, Vos besoins peuvent être réussir en affaires.

des PME. grande expérience des problèmes de CASE possèdent tous une Nos agents et nos conseillers

de l'information? Comment tirer profit

conseillers de CASE vous permetexpérimentés, ainsi que nos projets, qui sont des analystes Nos agents de développement de suggérer des stratégies possibles. analyser votre situation et vous avantage. Nous pouvons donc Étre bien informé, c'est un gros

Il y a longtemps, nous avons Mais, l'utilisation judicieuse de

que la bonne information est l'arsuccès. C'est un fait bien connu i miormation peut nous mener au

court le risque de perdre de bonfaire preuve d'initiative. Sinon, il Le propriétaire-dirigeant doit me qu'il faut pour déjouer l'adver-

en information? Quels sont vos besoins

dans tous les domaines. tion, à l'exploitation et au contrôle Elle est nécessaire à la planificace due le carburant est au moteur. Linformation est à la gestion

cer à chercher la bonne informales questions avant de commensir, vous devez d'abord analyser charge» d'information. Pour réuspas vous retrouver avec une «surses? Par ailleurs, vous ne voulez qui pourraient se révéler coûteuavant de prendre des décisions l'opinion de quelqu'un d'autre lier, peut-ètre voulez-vous obtenir générale. Dans votre cas particu-Cette affirmation est bien

Depuis plus de quarante ans la Qui peut vous aider?

BFD analyse les questions d'affai-

au Canada, du 20 au 26 octobre **SEMAINE DE LA**

à ces deux ateliers de 90 minutes ment de l'entreprise en assistant vous devriez savoir sur le finance-

téléphonez au bureau de la BFD le Vérifiez la liste ci-dessous et cuacun.

plus proche.



pusanf)

kamioops

Penticton

Prince Rupert

Williams Lake

24 oct. (jeudi)

23 oct. (mercredi)

22 oct. (mardi)

21 oct. (lundi)

Ateliers

300 Mile House

Victoria

Kelowna

Chilliwack

Vancouver

/ancouver

Revelstoke

узсишопа Smithers

Vancouver

Kitimat Langley

26 oct. (samedi)

25 oct. (vendredi)

mation qui s'offre à vous et ce que vous en faites. Découvrez l'inforvous obtenez et de l'usage que site dépend de l'information que bilités d'affaires, etc. Votre réusfinancement, les nouvelles possiterêt, les fonds disponibles au gouvernementaux, les taux d'incommercial, les programmes changements, dans le secteur

Chaque année apporte des

vers la 'jungle de l'information».

et retrouvez votre chemin à tra-

Prenez 90 minutes de votre temps

Pour découvrir la valeur réelle de

part nous sont d'aucune utilité.

de diverses sources, mais la plu-

informations nous parviennent

c'est l'information

La clé de votre succès,

sans cesse obligés de modifier nos

l'économie fluctue, nous sommes

est tout autre. De plus, comme

procéder ainsi, mais la situation

seraient simples si nous pouvions

une fois achevé, Les affaires

savoir à quoi ressemble le dessin

faut avoir toutes les pièces et

La gestion d'une entreprise est

raient. Hélas, ce n'est pas le cas.

nouvelles entreprises prospére-

un casse-tête, presque toutes les

une entreprise que d'assembler

vice-président

Message du

S'il était aussi facile de diriger

une tâche difficile.

Pour réussir un casse-tête, il

Chaque jour, d'innombrables

LA CLE DE VOTRE SUCCES **LINFORMATION:**

Le vice-président et vous y rencontrer! dans votre agenda. Au plaisir de

que nous offrons. Prenez-en note

vous renseigner sur les ressour-

divers événements. Venez donc

bilité de participer gratuitement à

cette semaine vous offre la possi-

commerce du pays et la BFD,

centaine de chambres de

bre de commerce du Canada, une

succès». Parrainée par la Cham-

est «L'information: la clé de votre

Consultez la liste des ateliers

D.A. Kerley bureau régional, directeur général,

ces à votre disposition.

Ateliers - financement de l'entreprise

guesnel	Williams Lake	398-8233
26 oct. (samedi)		
New Westminster	New Westminster	272-1011
Ртілсе Rupert	Terrace	1961-989
Мотћ Уапсоцуег	Мог th Vancouver	1299-086
Port Alberni	omisnsN	753-2471
24 oct. (jendi)		
Стапьтоок	Cranbrook	426-7241
Теттасе	Tettace	1967-989
Vancouver	Vancouver	1847-189
Соитепау	Campbell River	287-9236
23 oct. (mercredi)		
Victoria	Victoria	1910-886
Kitimat	Tettace	1961-989
omisnsN	omisneN	753-2471
Vancouver	Vancouver	4847-189
Campbell River	Campbell River	287-9236
22 oct. (mardi)		
Smithers	Тепасе	1961-989
Whitehorse	Whitehorse	0£0 1 -899
Duncan	omisnsN	753-2471
Vancouver	Vancouver	1847-189
21 oct. (lundi)		

divers événements n'ont lieu qu'en anglais. Cependant, ils pourraient avoir lieu en français si la demande le * À moins qu'ils ne soient marqués d'un astérisque (*), ces

398-8233

374-2121

374-2121

9207-797

1910-888

1961-989

374-2121

762-2035

635-4951 635-74951 635-7215

374-2121 ₽8₽7-189

1961-929

Semaine de la PME de cette année

entreprises. Le thème de la

connaître les services offerts aux

efforts visent à mieux faire

Semaine de la PME 1985

gagner ainsi une longueur

sources à nos statistiques et

PME, lui, peut combiner nos res-

lers en gestion. Le propriétaire de

elles engagent donc des conseil-

sent pas aux grandes sociétés;

engagé, nous continuerons à vous

tionner. Une fois votre projet bien

peuvent vous aider à vous perfec-

nos guides d'autoplanification

financement. Nos séminaires et

préteur ou fournir nous-mêmes le

de prêt à l'intention d'un autre

du projet, préparer une demande

tant nécessaire au financement

de marketing ainsi que des prévi-

lers peuvent établir une stratégie

leures possibilités. Nos conseil-

concurrence et repérer les meil-

le du marché, évaluer la

gnements pour déterminer la tail-

sions des ventes.

Nous pouvons préciser le mon-

accorder le soutien nécessaire.

Les statistiques seules ne suffi-

d'avance sur ses concurrents!

(du 20 au 26 octobre)

Durant cette semaine,

Williams Lake

sdoojurey

Kelowna

Victoria

TELLISCE Williams Lake

Relowna

angley

Vernon

lerrace

rsngiey

Kamloops

Terrace Vancouver

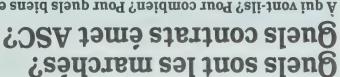
Лапсоциег

L'information: la clé de votre succès

Succursale de la BFD Téléphone

Vancouver

Vancouver



A qui vont-ils? Pour combien? Pour quels biens et services?

Le Bulletin des marchés publics

Le Bulletin constitue un précieux outil de marketing; c'est un répertoire Approvisionnements et Services Canada en plus de quantité de conseils utiles. articles et de l'information sur la façon de s'y prendre pour faire affaire avec gouvernement fédéral et à quel prix. Le Bulletin comprend en outre des contrats fédéraux; les gens d'affaires y apprennent qui vend quoi au la liste des entreprises et des particuliers qui se sont vu attribuer des abonnement. Chaque livraison hebdomadaire (51 par année) vous donne Depuis le l≅ avril 1985, le Bulletin des marchés publics est offert par

pourraient vouloir acheter vos produits ou services et, identifier aussi, qui sont traitants et, par le biais du Bulletin, il vous sera possible d'identifier ceux qui Les entrepreneurs principaux sont sans cesse à l'affüt de nouveaux souscomplet des fournisseurs de l'État et une source d'occasions de sous-traitance.

de manutention, le tout déductible aux fins de l'impôt. Le Bulletin coûte 153 \$ par année (51 livraisons) pour les frais de poste et VOS CONCULTENIS.

Ne ratez pas le bateaul Quelqu'un doit être fournisseur du gouvernement

et quelqu'un aussi doit fournir les fournisseurs.

Seuov esq ioupruoq

byotographique et produits chiauprès d'entrepreneurs princi-Le Bulletin des marchés à décrocher des contrats fédéraux ASC aide la PME

Améliorations à venir

Supply and Services Canada

pour les PME du pays. formation encore plus efficace marchés publics un moyen d'inen vue de faire du Bulletin des Des discussions sont en cours

en matière de logiciels, les souoccasions d'affaires pour la PME ges, citons la publication des Au nombre des moyens envisa-

de production au Canada. retombées sur d'autres secteurs mouvoir la sous-traitance et ses missions à l'étranger pour pro-

De cette façon, Ap<mark>provisionne</mark>-

au Canada. mieux servir le milieu des affaires ments et Services Canada espère

des relations publiques, 16A1, au rédacteur en chef, Direction au Bulletin, s'adresser par écrit vernement fédéral ou s'abonner les approvisionnements du gou-Pour en savoir davantage sur

Ottawa, Canada, KIA 0S5.

Ainsi, les demandes de propo-

Approvisionnement et Services

sont connues sous le nom d'Avis ner les marchés. Ces invitations ter les entreprises à soumissiondu Canada chez nous, pour invide chacun de ces pays, la Gazette annoncés dans le journal officiel passant par le papier sont res de bureau aux ordinateurs en cles de toute sorte, des fournitu-199000\$ pour des besoins d'artisitions évaluées à plus de

Ces avis sont également d'achats projetés (AAP).

comblés par les fournisseurs ins-crits à la banque de données du pesoins qui ne peuvent pas être propositions touchant certains rées toutes les demandes de sions d'affaires, où sont énuméchés publics, à la rubrique Occapubliés dans le Bulletin des mar-

le ministère ou l'organisme biens et la quantité demandés par lions de dollars, suivant le type de contrats atteint parfois des mild'achats projetés; la valeur des publie plus de deux cents Avis Chaque année, le Canada

éventuels soient en mesure de duits, afin que les fournisseurs pesoins relatits à certains proments, sont tenus de publier leurs provisionnement des gouvernecadre de l'accord GATT sur l'apparties aux négociations dans le Canada et dix-huit autres pays, Depuis le la janvier 1981, le divers biens et services achetés

Les pesoins du GATT

rer le climat économique du

financier, ont contribué à amélio-

lars au cours du dernier exercice

dépassé les sept milliards de dol-

du gouvernement, qui ont

d'approvisionnement. Les achats

gouvernement fédéral en matière

informés du volume d'affaires du

de plomberie, de séchage et

caillerie, matériaux de chauffage,

cles de conditionnement, quin-

de peinture, contenants et arti-

matériel de loisirs, de nettoyage et

livres, instruments de musique,

conseils, fournitures de bureau,

de cartographie et d'experts-

miques, services d'arpentage,

Les fournisseurs sont donc

seul recours à la sous-traitance pement de laboratoire, matériel présenter des soumissions. Jusqu'à présent, on a des chifpar le gouvernement fédéral.

toilette, matériel médical et équitextiles, vêtements et articles de bureau et services informatiques, traitement des données, de rie et équipement, matériel de riaux de construction, machinefres sur des secteurs variés: maté-

portant sur deux ans et touchant

revue les données statistiques

térêt des entreprises, passe en

lement réalisée en réponse à l'in-

La valse des chiffres

fournisseurs du gouvernement.

contrats adjugés à d'importants

avait bénéficié indirectement des

breux cas, la petite entreprise

laissé dire que, dans de nom-

entreprenant. Le ministère s'est

rêve pour le directeur de PME

et représentent des occasions de

chiffrent à des millions de dollars

diverses rubriques consacrées

publiés dans le Bulletin sous

paux dont les noms ont été

aux produits.

Certains de ces contrats se

La rubrique **Statistiques**, éga-

pour la PME

De la sous-traitance gonvernement. ments sur les fournisseurs du

statistiques et divers renseigne-

destinées aux gens d'affaires, des

tions du gouvernement canadien

cord GATT, une liste des publica-

d'achats projetés en vertu de l'ac-

des nouvelles brèves, des avis

ment dans les premières pages

trale et de plus de 10 000\$ adju-

adjugés par l'administration cen-

sécurité, de plus de 50 000\$

publics, ne portant pas de cote de

donne la liste des marchés

d'affaires qu'il a traité au cours

révéler aux lecteurs le volume

si par ce ministère fédéral pour

l'organe de communication choi-

affaires depuis plus de 30 ans, est

ces à l'intention du milieu des

des Approvisionnements et Servi-

publics, publié par le ministère

Ce bulletin hebdomadaire

gés par les régions.

d'une semaine donnée.

Le lecteur trouvera notain-

ont augmenté leurs recettes par le Nombre de PME canadiennes

LE COIN DES DÉTAILLANTS

Comment motiver ses vendeurs

vous occasionne des frais, vous Motivation des employés constitue de fréquents changements de personnel. perte d'intérêt du personnel, une diminution de la productivité et emploi rémunéré. Une telle attitude, de nos jours, peut entraîner la l'eux-mêmes uniquement parce qu'ils ont la chance d'avoir un cndance à croire que les employés doivent donner le meilleur lurant la Dépression ou après la Deuxième Guerre mondiale, ont Certaines personnes de la «vieille école», ayant peut-être grandi

pour une vente entre 17,95\$ et membres à part entière de votre équipe. Pour obtenir un bon rendement, traitez d'abord vos employés comme des adultes et des

périté de votre magasin. travailleront ensemble à la proscieux, productifs et heureux qui employés dévoués, conscien-

communidaer avec: de renseignements, veuillez services à ses membres. Pour plus des publications diverses et des de Détail, organisme qui fournit Conseil Canadien du Commerce Cet article a été préparé par le

H3A 1B9 ouest, Montréal (Québec) Bureau 1000, 550 rue Sherbrooke merce de Détail Le Conseil Québécois du Com-

sec-vous au bureau le plus pro-

de séminaires de la BFD, adres-

séminaire ou sur le programme

amples renseignements sur ce

de vos produits. Pour de plus

affaires portant sur l'exportation

point un séminaire de gestion des

développement (BFD) ont mis au

portation et la Banque fédérale de

«Exportez vos produits»

culture et les moeurs commer-

· Soyez patients; respectez la

sentation du produit et de son

Suite de la page 5

Soyez souples quant à la pré-

ciales des autres pays.

empaquetage.

sibilités.

(514) 842-6681

L'association canadienne d'ex-

faire gagner un voyage. qui s'additionnent et peuvent lui ployé reçoit un nombre de points clients. Pour chacun d'eux, l'emà aller chercher de nouveaux le rendront. Vous aurez alors des

Travailler en équipe

contact direct avec les clients. sont les employés qui ont un clientèle. Rappelez-vous que ce tout ce qui permet d'attirer la de la vendre, la publicité, bref sur marchandise, la meilleure façon opinion sur la présentation de la votre équipe. Demandez-leur leur des membres à part entière de employés comme des adultes et ment, traitez d'abord vos Pour obtenir un bon rende-

vous leur faites confiance, ils vous S'ils se rendent compte que

Augmentez vos ventes. . .

marchés. vous disperser. Regroupez vos un ou deux marchés. Evitez de Concentrez-vous d'abord sur

par les grandes sociétés. découvrir un créneau délaissé rentiels. Une PME peut parfois y vue et peut-être moins concurmoindre envergure, moins en Ne négligez pas les marchés de

incapable de remplir. commandes que vous seriez obtenir de l'étranger des vos capacités; ne cherchez pas à Demeurez dans les limites de

pour visiter des marchés étran-• Prévoyez du temps et des frais

etc.), foires commerciales, missions, d'aide à l'exportation (PDME, grammes gouvernementaux Prenez connaissance des pro-

pourraient restreindre vos pos-

tion ou le contrôle du change

où les restrictions à l'importa-

Au début, ignorez les marchés

tances précises; ainsi, ce détailment s'adapter à des circons-Cette méthode peut rapide-.\$26,96 sb jusqu'à 1\$ pour une vente de plus 19,95\$ à 26,94\$ et ainsi de suite

19,94\$, 15¢ pour une autre entre

ponheur de s'en débarrasser: article invendable pour avoir le lant double la commission sur un

employés et d'éviter qu'ils se fasser l'esprit d'équipe parmi les magasin ou service afin de favoripuyant sur le chiffre d'affaires du calculer cette prime en s'apest dépassé. Certains préfèrent pourcentage des ventes lorsqu'il à chaque vendeur et accordent un quota hebdomadaire ou mensuel D'autres détaillants fixent un

Congés

sent concurrence en s'arrachant

les clients.

toute autre tâche. ta, ou de l'accomplissement de ceurage des ventes en sus du quodurée du congé dépend du pourun rendement exceptionnel. La à offrir un congé en le rattachant à par plusieurs détaillants consiste non-monétaire et efficace adoptée Une autre mesure incitative

pigeant un papier à la fin de la peuvent tenter leur chance en journée de congé. Les employés offertes une journée ou une demid'autres bouts de papier où sont qu'il a placés dans un bocal avec tâches sur des bouts de papier comptoirs, etc. Il a inscrit ces leurs paiements, épousseter les appeler les clients en retard dans commerce: nettoyer les toilettes, gréables qu'on retrouve dans un tuer les nombreuses tâches désaencourager ses employés à effec-Un détaillant innovateur a su

moyen pour inciter ses employes Un autre détaillant a trouvé un

> gnez cette confiance d'une façon tiel d'amélioration et leur témoivous avez confiance en leur potengestion, vous leur montrez que ment d'accéder à un poste de dien ou leur permettre éventuelleaméliorer leur rendement quoticours de perfectionnement pour envoyez vos employés suivre un sera profitable. Lorsque vous

Primes de rendement

ner de bons résultats. l'employé n'est pas motivé à dontionnel. Sans une telle mesure, ment acceptable, bon ou excepcomprenne ce qu'est un rendecises pour que l'employé être évaluée selon des normes prélui. Chaque tâche doit pouvoir cun sache bien ce qu'on attend de ș tons les employés pour que chafournir une description de tâches motiver son personnel consiste à que doit prendre le détaillant pour Une des premières mesures

vent tous la même augmentaraient-ils à s'améliorer s'ils reçoila motivation. Pourquoi cherchesans égard au rendement, détruit matiquement à tous les employés trielle ou annuelle accordée auto-Une hausse de salaire semes-

l'évaluation est objective. le système est équitable et que l'avance. L'employé sait alors que au moyen de normes établies à d'une évaluation du rendement mentation de salaire qu'à la suite On ne doit accorder une aug-

lioration du rendement. plus directement reliées à l'amédes promotions plus fréquentes et a lieu, des hausses de salaires ou complexes. Elles accordent, s'il y adopté des méthodes Certaines entreprises ont

Primes d'encouragement

obtenir un rendement élevé. primes d'encouragement pour Des détaillants offrent diverses

qui n'a pas à être très élevée: 10¢ échelle de prix de vente, prime peut associer une prime à une Par exemple, un détaillant

Augmenter la motivation et le

lni dépasse leurs moyens. sonnel est de lui donner un salaire ecruter et de conserver leur perde détaillants, l'unique façon de ement coûteux. Pour beaucoup goût du travail n'est pas nécessai-

oersonnel sans ruiner l'entrepril'augmenter la productivité du vrai. Il existe bien des moyens Ce n'est pas nécessairement

Moyens non-monétaires

des stocks bien rangés, une plainconstructive: une bonne vente, le préférence, pour toute action oublier de les féliciter, en public oasse-temps; il ne doit surtout pas nesure) à leur vie privée, à leurs et s'intéresser (mais pas outre employés à leur arrivée au travail ine l'employeur peut saluer ses nain. Cela signifie, par exemple, où l'on travaille la main dans la sente qu'il fait partie d'une équipe de faire en sorte que l'employé des - et qui ne coûte rien - est L'un des moyens les plus sim-

iels à une gestion efficace. contient tous les éléments essenqui se lit en quelques minutes) Simplifié à l'extrême, ce petit livre Ser» (en vente dans toute librairie). oas à lire «The One-Minute Mana-Si ce n'est déjà fait, ne tardez e réglée avec tact, etc.

vous êtes fler de votre personnel. aussi de montrer à vos clients que et de motiver ses collègues, mais ement de récompenser l'employé éalisations vous permet non seuavec une brève description de ses 1,stijcher la photo de l'employé lans l'hôtellerie. Le simple fait nais il est courant et bien efficace qui peut sembler un peu enfantin, nois», par exemple, est un moyen ribution du prix «L'employé du notivation non-monétaires. L'atvail, il existe d'autres moyens de sonnel et faire l'éloge de son tra-A part susciter l'intérêt du per-

investir dans la formation

mesure incitative qui, bien qu'elle votre personnel est une autre La formation que vous payez à

Canada

LE COIN DES FABRICANTS

rendement en courant un risque moindre, l'entreprise n'est pas une

un rendement supérieur en courant le même risque, ou le même

correspondre au risque couru. Si les propriètaires peuvent obtenir

faire profiter leur investissement et le taux de ce rendement doit

l'Association des manufacturiers canadiens vous permet de veri-

à la hauteur? - Une technique de vérification de ses progrès» de

peine. En êtes-vous bien sûr? La brochure «Votre entreprise est-elle

vous pensez que les efforts déployés et le risque couru en valent la

Tant que votre entreprise réalise des bénéfices, même minimes,

Voici ce que les auteurs pensent du succès financier:

fier si le rendement de votre investissement est approprié.

«Selon les propriétaires, la raison d'être de l'entreprise est de

Votre entreprise est-elle vraiment rentable?

comprendre votre système compbénéfices bruts et nets, et mieux valeur nette, nombre d'employé<mark>s,</mark> entreprise en termes de ventes, croissance financière de votre ments», vous pourrez connaître la intitulée «Formule de renseignechure. En remplissant l'annexe comme le suggère encore la bro-

étonné. la remplir. Vous pourriez être Prenez quelques minutes pour

L'évaluation

ner la priorité? nécessaires? Devriez-vous y donimportantes se révèlent-elles l'améliorer? Des <mark>améliorations</mark> êtes-vous satisfait? Voulez-vous de la «Formule d'évaluation». En évaluer votre rendement à l'aide L'étape suivante consiste à

expert-conseil Faites-vous

tion, l'établissement d'un budget, duction, la publicité et la promonification et le contrôle de la pronotamment l'organisation, la plala gestion d'une entreprise, tions abordant tous les aspects de comprend 56 groupes de quesprochure entreprise. rités pour en faire profiter votre devriez pouvoir définir vos prio-Grâce à cet exercice, vous

Aide aux PME

cants, l'ont également beaucoup certains ne sont pas des fabrines de lecteurs de Profits, dont prise. En outre, plusieurs centaitrès utile pour évaluer leur entrecoup ont trouvé cette brochure sont en majorité des PME. Beaucanadienne des manufacturiers Les membres de l'Association

onbous un ishoans zolliusu Pour obtenir une brochure, manusacturiers canadiens. Profits par l'Association des Cet article a été soumis à

Toronto (Ontario), MSE 1.19. CMA Publications, 1 rue Yonge, de 10\$ (pas de facturatio<mark>n) à</mark>

Set-il immobilisé? Votre capital

votre entreprise est-elle saine?» «La croissance financière de

Le manque de ressources su meilleur coût possible? Son financement est-il planifié

de l'entreprise? financières limite-t-il l'expansion

chaines années? financiers pour les trois pro-A-t-on estimé ses besoins

Pindustrie? rablement avec la moyenne de et ce rapport se compare-t-il tavopassif et l'avoir des actionnaires, Vise-t-on l'équilibre entre le

nècessaires? siples les tonds supplémentaires nir aux meilleures conditions pos-A-t-on fait des plans pour obte-

recourir à des sources externes de vantages possibles qu'il y a à A-t-on tenu compte des désa-

utiliser pour les stocks, comptesdu capital qu'elle pourrait mieux L'entreprise immobilise-t-elle financement?

Comment sont vos clients ou biens immobiliers?

livres comptables?

compréhensible.» information exacte et facilement elle devrait donc fournir une d'états financiers est coûteuse: que pratique. La préparation bilité sur les plans tant théorique principes acceptés de la comptaêtre économique et conforme aux Le système de comptabilité doit diques de la situation financière. préparation de sommaires périonettes. Elle comprend aussi la éléments d'actif, dettes et valeurs aux: rentrées de fonds, dépenses, crire les transactions ayant trait «La comptabilité consiste à ins-

sont-elles consignées? Toutes les activités

classés? Les comptes sont-ils bien

Les entrées sont-elles documoins une fois par mois? Les livres sont-ils balancés au

Les livres sont-ils vérifiés par mentées par des pièces justificati-

Prépare-t-on au moins deux Sns'l siof anu aniom un vérificateur indépendant au

la fermeture des livres? fois l'an des états des résultats dès

Examinons la situation

tions, évaluez votre situation, Après vous être posé ces ques-

> nombreux critéres.» exige donc une étude basée sur de tion pondérée de la performance tion de l'entreprise. Une estima-

Il est utile de planifier

«A mesure qu'une entreprise cière favorise la croissance. Une bonne planification finan-

tion des besoins futurs en capicompte possible et la planificalation des fonds au meilleur cation financière sont l'accumu-Les objectifs d'une saine planifitaires et en planifier l'acquisition. pesoins en fonds supplémenextérieure. Il faut prévoir ces rreprise ou fournis par une source produits par l'exploitation de l'end'affaires. Ces fonds peuvent être veaux, et un plus gros chiffre tallations et de l'équipement noutionnelles pour financer des insdes ressources financières addiprend de l'expansion, il lui faut

planification des besoins futurs meilleur compte possible et la l'accumulation des fonds au ριαπίβιςατίοη βιπαπείèτε sont Les objectifs d'une saine

présent article.

saires de Montréal et auteur du

Robert Bergen, conseiller d'af-

de tirer un meilleur parti de leur

d'échanger des idées sur la façon

le lendemain de la cérémonie afin

ront participer à un atelier spécial

publicitaires du MEIR. Ils pour-

figurera dans les campagnes

ciel dans leur publicité. Leur nom

Suite de la page 3

L'atelier sera présidé par





compte rendu complet de la situa-

chiffres ne constitue pas un

avertir d'une grève. L'étude de ces

indiquer l'état de l'usine ou vous

nouveau produit concurrent,

honorables seront décernées. candidatures, des mentions de l'abondance et de la qualité des le 5 novembre 1985. En raison Palais des Congrès à Montréal, cérémonie qui se tiendra au catégorie sera dévoilé lors de la Le nom du gagnant de chaque

le droit d'utiliser le symbole offimédaille et un certificat, et auront Les gagnants recevront une

Et le gagnant est . . . Cinq recettes...

(613) 992-5004. Prix d'Excellence du Canada, au le bureau local du MEIR ou avec 32 pages en communiquant avec réserver un exemplaire gratuit de design technique. Vous pouvez innovation, design industriel et tion, transferts technologiques, ration employés/direction, invenvité, esprit d'entreprise, collaboautres catégories sont : producti-Outre le marketing, les

imminente sur le marché d'un

vent vous avertir de l'arrivée «Toutefois, ces chiffres ne peu-

peuvent être calculés pour établir

vail, kilogrammes et kilowatts

traire. Par exemple: heures de tra-

qu'on peut additionner ou sous-

faits hétérogènes en chiffres

res. Cela permet de traduire des

s'expriment en termes monétai-

les états financiers sont ceux qui

fisent pas toujours, comme l'indi-

L'argent n'est pas tout

dement sur le capital dans ses

plans en vue de leur réalisation?

prochaines années et élaboré des

tifs de bénéfices pour les cinq

taux de rendement et des objec-

ment avec d'autres possibilités

ment se compare-t-il favorable-

l'investissement avec celui des

bénéfices/taux de rendement de

«A-t-on comparé le rapport

La brochure contient d'autres

succès financier

Evaluation du

Le rendement de l'investisse-

L'entreprise a-t-elle fixé un

L'entreprise se sert-elle du ren-

projets d'immobilisation?

«Les seuls faits consignés dans

Les entrées comptables ne suf-

le coût d'un produit.»

que la brochure:

d'investissement?

entreprises semblables?»

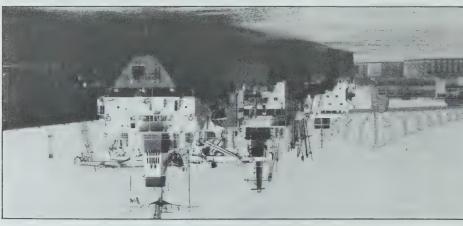
réussite financière.»

Profits



EXPORTER, CA RAPPORTE **■ EXPORTS BUILD CANADA**

Augmentez vos ventes en exportant



les Etats-Unis, la République fédérale d'Allemagne, le Japon, la Grande-Bretagne, Le Canada se classe parmi les dix principales nations marchandes du monde, avec

Un obstacle plus grave serait saires de transport international). commerce extérieur ou commisdes spécialistes (maisons de

trop élevés, réparations coûteuduits ne sont pas compétitifs (prix certes la constatation que vos pro-

Le choix des marchés

7.3% 8.7% et l'Europe de l'Ouest avec exportations. L'Asie suivait avec écoulé, en 1984, 75,6% de nos les Etats-Unis, où nous avons tionnel du Canada a toujours été blant aux vôtres. Le marché tradimarchés peu éloignés, ou ressemvités d'exportation sur des Vous devriez amorcer vos acti-

industries et leurs revenus per-Pacifique, ont vu croître leurs sants marchés de la ceinture du Singapour, ainsi que les puis-Kong, le Mexique, le Portugal et Brésil, l'Espagne, la Grèce, Hongvellement industrialisés tels le rappelez-vous que les pays nou-Au cours de ces recherches,

que les méthodes de paiement. devront être différentes, de même stratégies de commercialisation listes, gardez à l'esprit que les Si vous songez aux pays socia-

Conseils pratiques

- · Trouvez un besoin et comblezinitiative rentable. votre projet d'exportation une • Prévoyez dès le départ faire de
- A suivre page 7 tous les marchés à la fois. · Vous ne pouvez vous attaquer à

grandes tendances. Par exemple,

inférieur à celui de l'industrie. moyen de votre entreprise est sant deviner que le rendement soyez attentifs aux indices lais-

votre pénétration du marché. concurrence trop féroce nuit à saturation, ou encore si une ché, s'il est en expansion ou s'il y a ner la situation générale du maret des prix, vous pouvez détermiventes, des marges bénéficiaires (on l'absence de progression) des En considérant la progression

gez d'excellents débouchés à tion peut indiquer que vous néglitendance massive vers l'exportatitivité de vos prix. De même, une révélateur du manque de compétions peut constituer un indice Un flux abondant d'importa-

vous disposez du potentiel pour faisant, vous devrez déterminer si marché intérieur se révèle satisleurs, si votre rendement sur le les projets d'exportation. Par ailefforts et de remettre à plus tard sage d'y consacrer temps et rieur, vous jugerez peut-être plus tiel inexploité sur le marché inté-S'il existe un important potenl'étranger.

concurrence sur le marché interest en mesure de soutenir la demander si le produit à exporter nement d'une firme. D'abord, se que tous les aspects du fonction-L'exportation influera sur presexporter.

teur compétent en faisant appel à manque de personnel exportanécessaire, on peut pallier un votre potentiel d'exportation. Si donner une idée assez exacte de Les réponses devraient vous

> d'un surplus temporaire de stock uniquement pour se débarrasser les Pays-Bas et la France.

marché intérieur. volonté avec l'étranger que sur le vrir et de fermer le robinet à domaine. Il est aussi difficile d'oude sérieux est essentielle dans ce n'est pas sérieux. Une réputation

L'analyse du potentiel

produits. distribution convenant à leurs à leur marché et des réseaux de méthodes publicitaires adaptées assez de flair pour choisir des produits et de prix. Elles ont aussi de leur clientèle en matière de sont conscientes des préférences sent leur marché intérieur. Elles En général, les PME connais-

les lacunes de l'entreprise. aider à déceler les points forts et manitestent dans l'industrie peut principales tendances qui se men du marché intérieur et des à l'étranger. Cependant, un exaces risquent de ne pas s'appliquer Beaucoup de ces connaissan-

Ne perdez pas de vue les

PExportation

eanadien de

Octobre, le Mois

Se lancer dans l'exportation cement et de publicité. ble pour couvrir les frais de déplafaut établir un budget raisonna-

être assez lents à venir, et qu'il

les premiers bénéfices peuvent

nécessiter un certain temps, que

tion d'un marché étranger peut

conscient du fait que l'exploita-

le début, il faut être bien

premières étapes à franchir. Dès

Poser un geste constitue l'une des

l'exportation, vous n'irez pas loin.

S'engager ferme

modalités de paiement, la per-

d'emballage et d'étiquetage, les

du change, les exigences en fait

niers, les devises et le contrôle

mes du pays, les tarifs doua-

différences culturelles, les nor-

sur la clientèle, la langue, les

• La nécessité de se renseigner

· re unsucement supplémen-

• La possibilité de devoir modifier

• L'augmentation de la paperasse

plémentaires (ou le recyclage

au chapitre des déplacements,

· Les exigences supplémentaires

Les inconvénients

• L'acquisition de connaissances

durée des produits existants.

· Lembauchage d'employés supdu temps et des frais généraux.

et des frais d'expédition.

les produits.

du personnel).

et d'expérience.

ception des comptes, etc.

Si vous ne faites que penser à

 La prolongation du cycle de en plein essor vis des marchés traditionnels. Un commerce Une dépendance réduite vis-àaborder en conséquence en tenant compte de ces différences. marchés étrangers sont différents des nôtres, et il importe de les

tionaux qu'on finit par franchir la «barrière du son». Cependant, les bénéfices nouveaux. C'est en étant à l'affût des débouchés intername des ventes. Ce commerce amène un flux de capitaux et de Exporter constitue une iaçon intéressante d'augmenter le volu-

Grande-Bretagne, les Pays-Bas et fédérale d'Allemagne, le Japon, la avec les Etats-Unis, la République nations marchandes du monde, se parmi les dix principales national brut. Le Canada se clasplus de 30% de notre produit Les exportations constituent

enfin manifestée. vers les biens manufacturés s'est nationale. En outre, une tendance plus rapidement que l'économie diennes ont triplé et augmenté années, les exportations cana-Au cours des dix dernières

Pourquoi exporter?

tes possibles. tion, soit par crainte des difficulfaire, soit par manque d'informaavantage à exporter hésitent à le prises qui auraient peut-être pays d'outre-mer. D'autres entrenon-sollicitée provenant d'un en remplissant une commande accidentellement; par exemple, société se met à exporter presque les inconvénients. Souvent, une doit en considérer les avantages et désire se lancer dans l'exportation dant, tout chef d'entreprise qui marché étranger lucratif. Cepen-On ne peut nier l'attrait d'un

fait de couleur, d'emballage, etc. à des demandes particulières en importantes et, donc, de répondre des séries de fabrication moins sont aussi capables de produire à l'évolution d'une situation; elles généralement s'adapter plus vite grandes firmes. Les PME peuvent créneaux laissés libres par les international en occupant des rières ont réussi sur le marché de petites sociétés manufactuentreprise peut exporter. Nombre selon laquelle seule la grande Il y a aussi la croyance erronée

Les avantages

- Des ventes accrues.
- Des coûts de production uni-Des pénéfices plus élevés.
- Une meilleure utilisation de la taire moindres.
- Une protection contre les revers capacité de production.
- économiques périodiques.

Canada

EXPORTER, CA RAPPORTE | EXPORTS BUILD CANADA

EXPORTER, CA RAPPORTE | EXPORTS BUILD CANADA

EXPORTER, CA RAPPORTE | EXPORTS BUILD CANADA

vous aident à exporter Les maisons de commerce

s'offre à vous: le recours à une maison de commerce. marchés avec chacun d'eux, une solution pratique et rentable vous n'ayez pas les moyens ou l'intention de pénétrer tous les Si votre entreprise a des produits ou services à exporter et que

activités. offrent des services reliés à ces par d'autres compagnies, et qui de services produits ou fournis que dans le commerce de biens et

à tous les marchés et à tous les entreprise, etc. Elles s'intéressent marchandises, facilitent la cofabricants, font le commerce de que d'autres représentent des gouvernements étrangers, alors font office d'acheteur pour les maisons au Canada. Certaines Il existe plus de 400 de ces

maison de commerce? Qui peut tirer profit d'une

avez pas besoin. cause aucune difficulté, vous n'en ou que l'exportation ne vous n'avez pas l'intention d'exporter blème lié à l'exportation; si vous commerce quand on a un pro-On a recours à une maison de

votre budget de promotion? Y a-tdans vos ressources humaines ou vous voulez pénétrer sans puiser suivantes: Y a-t-il un marché que ce en répondant aux questions recours à une maison de commerner si elle doit ou non avoir Une entreprise peut détermi-

blus de succès? vos soumissions à l'étranger aient potentiels? Souhaitez-vous que riez identifier des marchés tez pas et pour lesquels vous pouril des produits que vous n'expor-

?eèirqorqqs maison de commerce Comment choisir la

bénéfices. rangement et des possibilités de tous deux être satisfaits de l'arla maison de commerce doivent ciers de chacune. Le fabricant et charges et les avantages finantion des táches ainsi que sur les doivent s'entendre sur la répartipeuvent travailler ensemble. Elles prises peuvent décider si elles C'est en discutant que deux entredevriez commencer a chercher, firmative à ces questions, vous Si vous avez répondu par l'af-

renseigner adéquatement auprès revient. Mais vous pouvez vous Certes, le choix final vous

à l'exportation commerce: 11 milliards Les maisons de

ministre du Commerce, M. Kelle-Selon un rapport publié par le

De plus, pour une variété étenliards de dollars en 1983, canadiennes s'est élevée à 11 milrendement des exportations participation de ces maisons au exportations. On y montre que la jouent un rôle important dans les her, les maisons de commerce

ciales est un élément-clé du dustrie et pratiques commerrentes cultures, structures de l'inpays où la connaissance des diffésont utiles pour négocier dans des point les maisons de commerce Cette contribution souligne à quel des marchés non-américains exportations canadiennes vers taient 40% de l'ensemble des due de produits, elles représen-

de services Un grand eventail

tains points communs. mais on y trouve cependant ceret ce secteur est très diversifié, exercent toutes sortes d'activités Les maisons de commerce

vente, licences, conditions l'importation, barèmes, quotas de assurances, règlements touchant lage, documents, expedition, tional leur sont familiers: embalcomplexes du commerce internaportation, et les aspects que quiconque les méthodes d'exques. Elles connaissent mieux marché et des exigences spécifiau courant des particularités du tudes et leur langue, et elles sont besoins des acheteurs, leurs habi-Ces maisons connaissent les

l'exportation. entreprises qui se lancent dans ressource précieuse pour les maisons de commerce sont une d'expérience. C'est pourquoi les sont le fruit de longues années rent pas instantanément; elles Ces compétences ne s'acquièd'échange et de paiement.

l'exportation, l'importation ainsi des entreprises spécialisées dans maisons de commerce comme Dans le rapport, on définit les

Vous avez des difficultés de financement? La BFD est à POUR YOUS FAIRE LES DEMARCHES LAISSEZ LA BFD

səwəw. à obtenir du financement n'avaient pu y parvenir par euxvotre service. Les trois quarts des clients que la BFD a aidés

de crédit, capital-actions, prêts à court et à long terme, sources de financement disponibles: subventions, marges en fonction de vos besoins afin d'utiliser au maximum les gouvernementaux, ou des deux. Le document sera élaboré nancement auprès d'institutions financières, d'organismes rapport que vous pourrez joindre à votre demande de filité d'un projet, l'équipe spécialisée de la BFD rédigera un Après avoir évalué avec vous et vos conseillers la faisabi-

comme intermédiaire en soumettant votre demande aux demandes de financement, c'est que la BFD agit également Ce qui caractérise vraiment le Service de préparation de ou une combinaison de ces sources.

En plus du service de préparation de demandes de finanles plus susceptibles d'y répondre favorablement. institutions financieres ou organismes gouvernementaux

Appelez le bureau de la BFD le plus près ou, sans frais: et, bientôt, un service de planification stratégique. seils en gestion; les guides d'autoplanification financière et les entreprises ayant besoin de financement et de conl'échelle nationale pour mettre en contact les investisseurs comprend la liaison financière, service informatisé offert à cement, le Programme de planification financière de la BFD

7-800-361-2126 (112-800-361-2126 en C.-B.), ou retournez

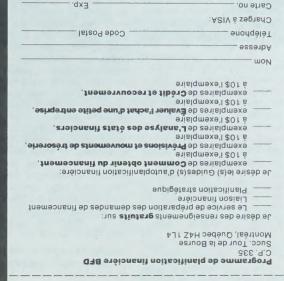
ON APPUIE VOTRE ENTREPRISE

de développement Development Bank Federal Business

Banque federale



Canada





Ottawa (Ontario) KIP 6B9

99, rue Bank, Bureau 250

Conseil des maisons de commer-

Pour plus de renseignements,

compétence nécessaire pour vous

vôtre, elle pourra vous fournir la

ble. Si vous choisissez bien la

canadiennes est déjà considéra-

de commerce aux exportations

comptoirs de commerce, aux

la Division des maisons et

ment créé, ou en vous adressant à

commerce canadiennes, récem-

du Conseil des maisons de

EXPORTS BUILD CANADA

La contribution des maisons

a/s Geoff Nimmo

communiquez avec:

Affaires extérieures.

EXPORTER, CA RAPPORTE

lancer dans l'exportation.

ce canadiennes

Ses objectifs consistent à proreuse de ces maisons. une méthode d'accréditation rigoupour établir et mettre en application nes qui vient d'être mis sur pied maisons de commerce canadiennommée présidente du Conseil des sidente de la société Canadex, a été Mme Vanessa Tourangeau, pré-

nismes légaux, co<mark>mmerciaux et</mark> industriels qui régissent le <mark>marché.</mark> marches d'exportation et des mecaune connaissance approfondie des commerce: une longue expérience, ges de traiter avec une maison de connaître aux fabricants les avantaconfiance. Le Conseil désire faire choisir parmi celles-ci en toute cants et les entreprises de services à de commerce et à aider les fabrimouvoir les activités des maisons

Cinq recettes de succès pour l'entreprise

Une avant-première des Prix d'Excellence du Canada!

des distances. La survie de 1 850 une direction solide, déterminée, novatrice et axée sur les ressourqui lui ont permis de triompher 1985. Ces entreprises prospères ont un dénominateur commun: choisi les quarante-cinq finalistes aux Prix d'Excellence du Canada réduction draconienne des coûts recherches poussées et une Après avoir étudié les candidatures pendant des jours, le jury a

loin des marchés internationaux.



M. Jenkins de Process Tèch-

une entreprise de technologie de d'entreprise poussé pour monter marketing rigoureux et un esprit un ıns əinddə s hbojou

dit Westar Pourquoi pas?»,

douzaines d'acheteurs dans le Cependant, il n'y a que quelques pour la production d'électricité. extrait également du charbon dans la fabrication de l'acier; elle charbon métallurgique utilisé dien le plus gros producteur de Vancouver est dans l'ouest cana-La Westar Mining Limited de

Les clients conservateurs monde.

Westar a changé l'attitude des ve dans les mines de charbon.

des célébrités sportives pour ses

marketing qui consiste à utiliser

ses ventes gráce à la stratégie de

les vêtements Sun Ice, les détail-

Des athlètes renommés portant

les rabais ont pu être éliminés.

promotion des vêtements de ski,

d'autres athlètes et équipes du

rest et a associé à sa promotion

pant à l'ascension du mont Eve-

spéciaux aux Canadiens partici-

Ice Ltd. a fourni des uniformes

Les athlètes canadiens por-

La famille Rempel de Calgary a

la valeur ajoutée marketing axée sur Une stratégie de

veaux marchés, même les moins dynamique peut ouvrir de nou-Une stratégie de marketing

point, ensuite comme fournisseur

d'abord comme fournisseur d'appe de 50 millions de dollars,

contrat d'exportation vers l'Euro-En 1984, Westar décrochait un

emplois était liée à la découverte

d'un nouveau marché.

Canada.

Avec la valeur ajoutée par la

Sun Ice de Calgary multiplie

son gagnante, même si vous êtes Le marketing à son meilleur



«Du charbon à Newcastle?

percer. Le marché européen était Royaume-Uni qui lui a permis de stabilité de la main-d'oeuvre au péens. Ironiquement, c'est l'in-Westar a su satisfaire les Eurorope et de l'est des États-Unis. charbon, différent de celui d'Eud'Europe ne voulaient pas de ce

acheteurs européens par des

qn Canada Les Prix d'excellence

tion étrangère. La Rempel Sun taient des vêtements de confecvetements. son entreprise de fabrication de tégie de marketing, à rentabiliser réussi, grâce à une nouvelle straaccessibles en apparence.

pointe au Nouveau-Brunswick.

menacé par le mouvement de grè-

destinée à l'acheteur moyen. Il Sungsport, est la nouvelle ligne velles techniques de vente. la différence. les lignes et la conception de nou-Que poune compréhension du licences d'exploitation de nouvelspectaculaires, l'attribution de

marketing et du marché fait toute

de marketing qui définit des

qui étaient les plus susceptibles

quatre nouveaux marchés-cibles

ce et de la publicité. Elle a isolé les

des utilisateurs, de la concurren-

vrement des coûts, des besoins

des types d'entreprise, du recou-

marketing qui tenaient compte

nouveaux marchés : services de police, d'incendie et d'ambulan-

clientèle possible lui ouvrent de

le porte aux deux. Ses vues de la

tional tire profit de l'intérêt qu'el-

marketing, Mobile Data Interna-

technologie et ignorent le

prises mettent l'accent sur la

de nouveaux marchés

La largeur de vues ouvre

marketing, Sung est devenu une superstar de la mode.

de qualité et à ses spécialistes du

sport, à la confection canadienne

dans la conception de coordonnés

Dans un secteur où les entre-

MDI a élaboré des plans de

MDI a prouvé qu'une stratégie

objectifs précis est rentable.

d'adopter ses systèmes.

Pour en savoir davantage

de Canada Commerce en novemvedette dans un numéro spécial lence du Canada 1985 seront en Les finalistes aux Frix d'Excel-

A suivre page 6

Grâce à ses connaissances tres boutiques sont indépendan-

Canada et des Etats-Unis; d'au-

dans des grands magasins du

existe des «mini-boutiques» Sung

de marketing par des publicités

mode pour femmes de carrière.

marché nord-américain de la

d'hui une place de choix sur le

d'Alfred Sung occupe aujour-

co Group de Toronto, la collection

d'une publicité choc par le Mona-

y a quatre ans lors du lancement

mode: Alfred Sung. Peu connue il

l'industrie canadienne de la L'un des grands noms dans

le secteur de la mode

Marketing «in» dans

canadiens, et le marché ne cesse

vre la mode lancée par les athlètes

des non-skieurs qui veulent sui-

ventes s'effectuent maintenant à

lavables à la machine. 45% des

procédé qui rend les produits

ont augmenté grâce à un nouveau

publicité de Sun Ice. Les ventes

ble. Ils pouvaient tirer parti de la

façon de faire un profit raisonna-

lants disposaient d'une nouvelle

unités dans bien des véhicules en concentrant ses activités sur des

de "Hill Street Blues," mais Mobile Data International a placé des Il y a un bon bout de chemin entre Richmond, C.-B. et les policiers

marchés particuliers.

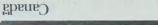
La valeur ajoutée, une straté-

gie efficace!

de croitre,

Le groupe poursuit son effort

Profits



esprit novateur est une combinai-

les meilleurs au monde, et déve-

de haute qualité, qui sont parmi

d'avant-garde pour ses produits

concurrent, et les ventes ont été

vice-président au marketing d'un

nes américaines. Elle a engagé le

paux marchés et les lignes aérien-

facilitant la liaison avec ses princi-

l'entreprise a acheté un avion,

rapidement que ses concurrents,

très détaillé, qui a été suivi fidèle-

boration d'un plan de marketing

ticulièrement de la part de George

volonté et de détermination, par-

avant tout une question de

marchés internationaux. C'était

problème de l'éloignement des

teurs et du matériel de haute tech-

région éloignée, des semi-conduc-

fabrique aujourd'hui, dans une

1982. Avec 126 personnes, elle

tre employés à ses débuts en

Brunswick ne comptait que qua-

(PTL) d'Oromocto au Nouveau-

simplement!

Enjambez-les tout

Process Technology Limited

L'entreprise a su régler le

Jenkins, le fondateur.

Un autre facteur-clé a été l'éla-

Pour livrer ses produits aussi

axées sur les grandes sociétés.

PTL utilise du matériel

loppe ses propres techniques.

Une stratégie solide alliée à un

L'ÉCONOMIE

EDITORIAL

res bme,

Le Canada triple

De plus, en dépit d'un ralentissel'Ouest vont favoriser le Canada. l'Est aux importations venant de plus grande de certains pays de nomique en Europe et l'ouverture l'amélioration de la situation écorée qu'en 1984, On pense que diennes en 1985, mais plus modémentation des exportations cana-Uon prévoit une autre augannée record 1985 — une autre

favorable sur nos exportations.

dien aura un effet encore plus

faiblesse relative du dollar cana-

mie américaine, on croit que la

ment de la croissance de l'écono-

l'élan des exportations canadiend'autres facteurs qui ont freiné

> Du 20 au 26 octobre se déroule la Semaine de la PME au Canada — et l'avenir de notre économie

> relève compétente de ses gestionnaires. mettant sur pied des programmes de formation en vue d'assurer une Même les universités ont voulu participer à l'essor de la PME en démontré un intérêt aussi vif pour sa promotion et son évolution. associations de gens d'affaires et les chambres de commerce n'ont que ces dernières années. Jamais les institutions financières, les n'ont autant mis l'accent sur les programmes d'assistance à la PME établie, mais ce ne fut pas toujours le cas. Jamais les gouvernements L'importance du rôle économique de la PME est maintenant bien

> demeurent un pilier de notre économie. Les PME, malgré leurs nombreuses faillites des dernières années,

Les PME, première source de création d'emplois

d'oeuvre «commerciale» tion nationale de biens et serviçes et absorbent près de 45 % de la mainpetite ou moyenne taille. Elles contribuent environ 30% de la produc-Il y a plus d'un million d'entreprises au Canada, dont 95% sont de

100 000 durant la même période. leurs consoeurs de plus grande taille en ont perdu approximativement moins ont créé, en termes réels, environ 400 000 emplois alors que 1975 et 1982, les entreprises manufacturières de 50 employés ou plus dynamiques que leurs consoeurs plus importantes. En effet, entre que. Pourtant, au chapitre des emplois, elles se sont avérées beaucoup Les PME ont été les plus durement touchées par la crise économi-

Les PME et la productivité

comparativement à 11% pour les plus grands établissements. elles ont connu une croissance de leur productivité de l'ordre de 14% techniques et financières. Cependant, durant la décade 1971-1981, grandes sociétés, mais elles ne disposent pas des mêmes ressources En valeur absolue, les PME ont une productivité inférieure aux

Les PME, championnes de la croissance

ces trois années. leurs effectifs et ont presque quadruplé leur chiffre d'affaires durant plus sérieuses récessions de l'après-guerre. Ces entreprises ont doublé les résultats des années 1980 à 1983, période correspondant à une des employés. Révélation étonnante si on considère que l'étude portait sur compagnies canadiennes à croissance rapide révèle que, parmi les cinquante premières, 25 sont des entreprises de moins de 50Une étude récente de Commerce et Canadian Business sur les

l'activité économique, pesaceoup plus une consolidation de capitaux qu'un apport net à grande taille ont crû par le biais des acquisitions, ce qui représente Autre fait à noter, c'est que plusieurs des 25 autres sociétés de plus

d'innovation dans des secteurs de pointe. tions, etc. Les PME sont donc devenues un foyer de recherche et exploitation de ressources énergétiques, informatique, communicasecteurs autrefois réservés aux géants de l'industrie: exploration et La plupart des 25 à forte croissance se sont illustrées dans des

L'avenir de notre économie

leurs dirigeants dépend l'essor économique du Canada. d'une relance soutenue. De leur vigueur et de l'entrepreneurship de chaude de petites entreprises, sur lesquelles se fondent tous les espoirs économique que les grandes entreprises. Le Canada est une couche mique. A plus d'un titre, les PME contribuent plus à la croissance L'envergure n'est plus perçue comme un gage de croissance écono-

Depuis 1975, le Canada a triplé ses exportations de biens et ses exportations en 10 ans

canadienne, des ventes à l'étranger. chiffres affirment l'importance grandissante, pour l'économie brut (PNB) en 1975, constituaient 31,2% de celui-ci en 1984. Ces ces exportations, qui représentaient 24,5% du produit national milliards en 1984. Le progrès est d'autant plus remarquable que services, passant de 41 milliards de dollars cette année-là à 131

ciaux ainsi que de ses nombreuconsulats et bureaux commermisme de ses 120 ambassades, parties du globe, grâce au dyna-

SUƏIA

Services

ses missions commerciales. marché dans presque toutes les nières années, à maintenir son même, au cours des quatre der-Le Canada a réussi quand

150 Exportations canadiennes (en milliards de dollars)

50

9

08

06

110

quarts de nos exportations. L'an absorbent actuellement les trois-Ce sont nos voisins du sud qui

principal partenaire

Les États-Unis, notre

duits de la mer, 6 milliards; la

liards chacun; le blé et les pro-

le bois et ses dérivés avec 13 mil-

ensuite les produits énergétiques,

1984, avec 29 milliards. Viennent

rang dans le registre des ventes de

moteurs qui occupent le premier

sont toutefois les véhicules-

plus petit objet au plus gros. Ce

tout ce qu'on peut imaginer, du

19,2 milliards contre 6,9 en 1975.

performance a été de 2,8 fois, avec

milliards. Du côté des services, la

niveau de 1975, qui était de 33,3

112,5 milliards, soit 3,4 fois le

fait en 1984 avec des ventes de

biens que le Canada a le mieux

C'est dans les exportations de

Le Canada exporte à peu près

machinerie lourde, 5 milliards.

qui ont été les grands bénéficiaia été acheminée aux Etats-Unis, presque totalité des exportations produits énergétiques, dont la secteurs de l'automobile et des ventes aux États-Unis. Ce sont les augmentation fulgurante de nos devise américaine a favorisé cette de notre dollar par rapport à la 1975. Évidemment, la faiblesse ment à 22 milliards (65,1%) en en biens (75,6%) comparative-Américains plus de 85 milliards dernier, le Canada a vendu aux

se stabilise Le reste du marché

le commerce international, sont dissante des pays asiatiques dans même que la concurrence granles devises européennes, de plus-value du dollar canadien sur imposé sur les importations. La restrictives que ces pays ont counnes l'Europe et les mesures par les années de récession qu'a s'est stabilisé. La chose s'explique Toutefois, depuis 1980, le volume résultats de 1975 (11 milliards). 1984, soit plus du double des travers le monde, hors les États-Unis, ont totalisé 27 milliards en Les exportations du Canada à

Profits

0861

1984

Rédacteur de l'économie: Denis Couture Photographe-conseil: Peter S. Charles Photocomposition-conseil: Francis Fuca Editeur: Jules L. Tremblay

9/61

& Yukon: W.P. Hallam. Ontario: R. Frizell; Prairie & Grand Nord: G.P. Brunelle; Colombie-Britannique Correspondants régionaux: Atlantique: K.G. Heisler; Québec: A. Brunelle;

PROFIT\$ est distribué à toutes les entreprises au Canada par l'entremise de de la Bourse, Montréal (Québec) H4Z 1L4 – Tél.: (514) 283-7541. sur les services de la Banque fédérale de développement, c.p. 335, Succ. Tour PROFIT\$ est publié pour informer la PME sur des sujets d'intérêt courant et

séparée. Veuillez rapporter tout oubli de distribution à votre succursale postale Postes Canada en janvier, avril, juillet et octobre. Il n'y a pas de liste d'envoi

ISSN-0711-0316 Imprimerie Trans-Continentale Inc.



ON APPUIE VOTRE ENTREPRISE

AOF' 2' No 5 **VOLUME 1985** Federal Business Development Bank

de developpement Banque fédérale



L'information: la clé de votre succès

du 20 au 26 octobre Semaine de la PME '85



fédérale de développement. Commerce du Canada et Guy Lavigueur, président de la Banque conjointement avec M.M. Roger Hamel, président de la Chambre de lancera la Semaine de la PME à Montréal le 15 octobre, L'Hon. André Bissonnette, Ministre d'Etat à la petite entreprise,

Principales activités

événements se tiendront un peu partout au pays. centres au cours de la Semaine de la PME. De nombreux autres Voici quelques exemples d'activités offertes dans les principaux

Commerce - au Confederation Cen-

Toronto, Ont. - 24, 25, 26 oct. ciale) - à la Place Bonaventure. Le Salon de la PME (foire commer-Montréal, Qué. - 25, 26, 27 oct. Conference Centre. Secretariat - au St. John Trade and res — en collaboration avec le Women Conférence sur les femmes en affai-St-Jean, N.-B. - 24 oct.

Ateliers gratuits — «Comment obte-Winnipeg, Man. - 21 oct. of Trade - à l'Ontario Place. en collaboration avec le Toronto Board Foire d'information commerciale

Charlottetown, Î.-P.-E. - 23 oct. de Dartmouth — à l'Atlantic Inn. ration avec la Chambre de commerce Déjeuner de lancement — en collabo-Dartmouth, N.-E. - 21 oct. l'Hôtel Newfoundland. "Laugh, learn and increase sales" — à business from the inside out, et business opportunities», «Increasing out», «How to create, find and test new Managing yourself from the inside Quatre séminaires conjoints St. John's, Terre-Neuve - 27 et 28

lottetown and Area Chamber of

en collaboration avec le Greater Char-

Certificats d'honneur en gestion -

Conférences spéciales pour les femmes

d'aide gouvernementale offerts aux entreprises canadiennes.

professionnelles. des sujets qui touchent les femmes chefs d'entreprise et les femmes tes: St-Jean, N.B., Saskatoon et Calgary. Ces conférences porteront sur pour les femmes des conférences spéciales dans trois villes importan-Vu le rôle grandissant qu'elles jouent dans les affaires, on tiendra

Ces séances d'information porteront sur la variété des programmes

participants ont la chance de pouvoir établir d'importants contacts.

ciaux et d'organisations du secteur privé. Aux foires commerciales, les

nant des expositions des ministères et organismes fédéraux et provin-

Dans les plus grands centres, on tiendra 16 ateliers différents d'une

Évaluer ses compétences en matière de gestion et les améliorer».

ser comme outil de gestion», «Le financement: où le trouver», et

spéciaux pour les PME: «Comment obtenir de l'information et l'utili-

La BFD offrira gratuitement, à de nombreux endroits, trois ateliers

meront la semaine du 20 au 26 octobre «Semaine de la PME». Plus de

breux services disponibles. Les maires de 400 municipalités procla-

Elles constituent également une source d'information sur les nom-

rôle vital que jouent les dirigeants de PME dans l'économie du pays.

de commerce et des bureaux de commerce locaux pour souligner le

d'information, conférences spéciales, l'inauguration de nouveaux prévu une série d'activités spéciales: foires commeciales, séances

passé, alors que l'événement avait attiré 135 000 participants. On a

grandissant de l'information et son importance pour les propriétaires

ce canadienne, qui parrainent cet événement, souligneront le rôle Banque fédérale de développement (BFD) et la Chambre de commerde la PME qui se tiendra du 20 au 26 octobre dans tout le Canada. La «L'information: la clé de votre succès»; voilà le thème de la Semaine

La Semaine de la PME 1985 devrait surpasser le succès de l'an

Ces activités ont été organisées avec la collaboration des chambres

On pourra visiter 35 foires commerciales d'information compre-

mes d'aide offerts par les gouvernements fédéral et provinciaux. de renseignements concernant les affaires, y compris tous les programle développement des entreprises) qui donnera accès à différents types On présentera également le système AIDE (Aide informatisée pour

Certificats d'honneur en gestion des affaires

recommandations du service de consultation de la Banque (CASE). gestion aux dirigeants d'entreprise qui ont mis le plus à profit les La BFD remettra, dans chaque région, des certificats d'honneur en

INDEX

Commerce — à l'Hôtel Vancouver.

Vancouver, C.-B. - 21, 22, 23 oct. vers of Canada — au Calgary Conven-

et le Lower Mainland Chambers of

rainée par le Vancouver Board of Trade

and International Trade Fair - par-Vancouver Business Information

ry Association of Women et Law Achie-

- parrainée notamment par la Calga-

Successful Women '85 Conference

rence on Farming - au Ramada

The Agricultural Business 85 Confe-

ren - au Winnipeg Centennial Libra-

compétences en gestion et les amélio-

ment: où le trouver» et «Evaluer ses

comme outil de gestion», «Le finance-

nir de l'information et l'utiliser

Calgary, Alberta - 21 oct.

Saskatoon, Sask. - 22 oct.

Kenaissance.

edéraux8
décrocher des contrats
ASC aide la PME à
7 sruebney
Comment motiver vos
9 Səldatı rentable? 6
Votre entreprise est-elle
g 5
Augmentez vos ventes
£ exporter4
vous aident
es maisons de commerce
E 3
Cinq recettes de succès
S ans OI na snottations
Le Canada triple ses
notre économie
Les PME, l'avenir de

Canada

durée d'une heure.

Ateliers gratuits

et dirigeants de PME.

800 activités seront présentées.

locaux, des ateliers et des expositions.